

Эта книга позволит вам сократить количество проб и ошибок в продажах и сконцентрироваться на том, что действительно эффективно работает. Она станет вашей путеводной звездой в мире торговли, и вы будете постоянно ее перечитывать, находя для себя все время что-то новое. Здесь нет «охотничьих рассказов» об огромных продажах. Все просто, практично и занимательно!

Саша Карепина, ведущий российский эксперт в области деловой переписки, корпоративный бизнес-тренер по письменным коммуникациям и копирайтинг

Классная книга! Хотя и продаю уже давно, но нашел много нового и интересного.

Чурсов Виктор, Москва

Прочитала книгу на одном дыхании, считаю, что она будет незаменима и для тех, кто только собирается профессионально заниматься продажами, и для тех, кто уже в них, но хочет добиться большего. Книга из серии «бери и делай». Рекомендую к прочтению.

Мурашова Тамара

Читаю постоянно. Год назад открыл бизнес, и хорошо, что попалась эта книга. Не иду туда, куда ходить не нужно.

Сафонов Александр, Киев

Особенно актуальна тем, что заменяет дорогостоящие консультации специалистов и доступно дает грамотные советы и точные рекомендации.

*Климов Константин,
Санкт-Петербург*

Эта книга, без сомнения, откроет вам свежий источник знаний для создания персональных конкурентных преимуществ и роста продаж.

Мануилов Сергей, Алма-Ата

Думай и богатеи

Аркадий ТЕПЛУХИН

Подними ДЕНЬГИ!

150 РЕЗУЛЬТАТИВНЫХ «ФИШЕК»
И ТАКТИК ПРОДАЖ,
КОТОРЫЕ ДЕЛАЮТ КАССУ



АСТ
Москва

УДК 339.1
ББК 65.290-2
Т34

*Все права защищены.
Никакая часть данной книги не может быть
воспроизведена в какой бы то ни было форме
без письменного разрешения
владельцев авторских прав.*

Теплухин, Аркадий Викторович

Т34 Подними деньги! 150 результативных «фишек» и тактик продаж, которые делают кацссу / Аркадий Теплухин. — Москва: АСТ, 2015. — 251 с. — (Думай и богатей).

ISBN 978-5-17-088089-8

В книге — описание современных техник, приемов и «фишек» успешных продаж, которые обычно держатся в секрете или раскрываются лишь на дорогостоящих тренингах и семинарах.

Автор книги — успешный продавец, бизнес-консультант. В отличие от теоретиков торговли, он прекрасно знает то, о чем говорит и пишет: на протяжении более двадцати пяти лет он продавал все — от кирпичей до самолетов!

Все главы книги представляют собой идеальное руководство для обучения ремеслу успешной торговли. Готовыми рецептами и конкретными решениями вы сможете воспользоваться буквально через несколько минут чтения этой книги!

Книга будет интересна для владельцев и руководителей малого и среднего бизнеса, для менеджеров по продажам и маркетингу, для сотрудников отделов продаж и для всех людей, которые что-то продают.

Макет подготовлен редакцией ПРАЙМ



ISBN 978-5-17-088089-8

© Теплухин А., 2015
© ООО «Издательство АСТ», 2015

ОГЛАВЛЕНИЕ



Предисловие	7
Благодарности	8
О КНИГЕ.....	9
Часть I. Как найти «золотых» клиентов?	
Конверсия покупателей	11
Глава 1. Как «холодные» продажи превратить в «горячие» результаты?.....	12
Глава 2. Создаем связи. Конверсия покупателей из друзей и знакомых.....	39
Глава 3. Структура продающего коммерческого письма	46
Глава 4. Информация превыше всего	60
Часть II. Как успешно провести переговоры и заключить сделку?	69
Глава 1. Первое знакомство с покупателем	70
Глава 2. Ведение переговоров.....	78
Глава 3. Правильные вопросы для выявления потребностей покупателя.....	91
Глава 4. Продающая презентация. Лучшие практики	106
Глава 5. Эффективная работа с возражениями покупателей.....	123
Глава 6. Заключение успешной сделки	142

Часть III. Легкие способы поднять доходы и прибыль с продаж	155
Глава 1. Как выбирать наиболее приемлемую цену	157
Глава 2. Как наполнить средний чек	169
Глава 3. Когда клиент возвращается, чтобы купить больше.....	180
Заключение.....	190
ПРИЛОЖЕНИЯ	191
Приложение А. Слияние с Интернетом	192
Приложение В. Как стать мастером продаж	211
Приложение С. Типы продавцов	218
Приложение D. Аутотренинг для продавцов.....	226
Приложение Е. Построение лучшей системы продаж.....	235

ПРЕДИСЛОВИЕ

Новая книга Аркадия Теплухина — тот самый случай, когда заголовок полностью отражает содержание. В этой книге собрано больше 100 конкретных методик и тактик продаж — эффективных и проверенных на практике многими людьми.

Книга интересна тем, что ее написал человек с 25-летним опытом работы в бизнесе, продажах и маркетинге, автор таких бестселлеров как: «Библия малого бизнеса», «Библия продаж», «Мастер-класс эффективных продаж», «Матрица эффективных продаж и маркетинга» и «Все, что нужно, чтобы бизнес выжил и давал доход».

В книге нет излишнего теоретизирования — здесь все четко и понятно. На множестве примеров показано, как успешно продавать и получать от этого удовольствие.

Эта книга позволит вам сократить количество проб и ошибок в продажах и сконцентрироваться на том, что действительно эффективно работает. Она станет вашей путеводной звездой в мире торговли, и вы будете постоянно ее перечитывать, находя для себя все время что-то новое.

Здесь нет «охотничьих рассказов» об огромных продажах. Все просто, практично и занимательно!

***Саша Карепина** — ведущий российский эксперт в области деловой переписки, корпоративный бизнес-тренер по письменным коммуникациям и копирайтингу, автор книг: «Пишем убедительно. Сам себе копирайтер», «101 совет по деловому письму», «Искусство делового письма. Законы, хитрости, инструменты»*

БЛАГОДАРНОСТИ

Появление новой книги о продажах, которую вы держите в руках, было бы невозможно без участия многих людей. Мне бы хотелось поблагодарить всех тех людей, которые помогли мне при подготовке и написании этой книги.

Моих друзей и коллег из издательств «Прайм-Еврознак» и ООО «Издательство АСТ». Спасибо вам за доверие.

Глубокая благодарность главному редактору издательства «Прайм-Еврознак» Чуракову Михаилу. Издателю, который поверил в идею книги. Благодарю за мудрость, решительность и веру в успех нового проекта. Особое спасибо редактору издательства Зайцеву Александру. Он прочитал рукопись и рекомендовал ее к публикации. Художественному редактору Светлане Ващенко, которая разработала дизайн книги.

Большое спасибо Саше Карепиной, автору книги «Искусство делового письма».

Спасибо моей семье за поддержку.

Спасибо вам всем!

О КНИГЕ

Почему я написал эту книгу?

После того как мои предыдущие книги приобрели популярность, ко мне приходит огромное количество писем с запросами рассказать о самых действенных методиках продаж и опубликовать все «фишки» продаж, которые я сам использую в своей деятельности. Читателей интересует *практика продаж*.

Я долго отвечал на письма, но их число стало зашкаливать за все разумные пределы. Настал момент, когда я не мог уже отвечать на большее число писем. Что делать? Подумав, я решил написать новую книгу, в которой читатель найдет ответы на все вопросы, которые его интересуют.

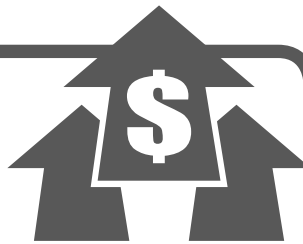
Что такое особенное нужно знать продавцам, чтобы продавать на миллионы рублей?

Это секрет в продажах? Представьте себе, нет! Все известно уже тысячи лет, с тех пор, как Змей «продал» яблоко Адаму и Еве. Но каждое время придает свой неповторимый «вкус» продажам. В XXI веке — это *умные* продажи. И чтобы научиться именно так продавать, нужны *умные способы* продаж.

В этой книге свыше 150 конкретных методик, тактик и «фишек» продаж, которые проверены на прак-

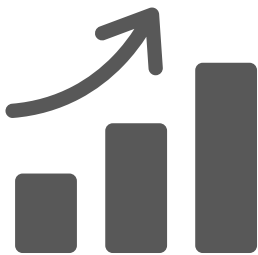
тике многими людьми и мной лично. Они работают на все 100 %, и включать их в вашу работу можно прямо сейчас, «не отходя от кассы». Применяйте те из них, которые вам требуются сегодня. Они гарантированно эффективны и дают возможность быстро поднять продажи. Это простые и прагматичные решения, которые в большинстве своем не потребуют от вас финансовых вложений. Все представленные в книге методики, тактики и «фишки» продаж помогли и помогают многим продавцам во всем мире не просто увеличить свой доход и прибыль и подняться выше в своих делах, но и стать гуру продаж, мастерами на вес золота.

Конкуренция в работе продавцов неуклонно нарастает, и чтобы стать успешным в этом деле, необходимо постоянно совершенствоваться. Не давайте конкурентам шанса приблизиться к вам, к вашему успеху. Применяя все то, что есть в этой книге, вы всегда будете на шаг впереди многих конкурентов. Читайте, изучайте книгу, пусть она станет справочником эффективных знаний и инструментом для привлечения денег. Она поможет вам всегда быть в нападении, а не в защите, — это гарантия вашего успеха.



Часть I

КАК НАЙТИ
«ЗОЛОТЫХ» КЛИЕНТОВ?
КОНВЕРСИЯ
ПОКУПАТЕЛЕЙ



Глава 1



КАК «ХОЛОДНЫЕ» ПРОДАЖИ ПРЕВРАТИТЬ В «ГОРЯЧИЕ» РЕЗУЛЬТАТЫ?

«Холодная» продажа всегда трудна. Она означает то, что вы не знакомы с покупателем, но хотите его найти и назначить ему встречу. Вы действуете по своей инициативе. Для сценария поиска лучше всего подходят «холодные звонки» — звонки по базе данных потенциальных покупателей.

«То, что реально работает»:

«Холодные звонки — это наилучший и наиболее экономичный способ организации постоянного поиска потенциальных клиентов... Холодные звонки — это игра с числами (или, дабы быть более точным, игра с пропорциями). Эта-то игра и управляет вашими продажами. А теперь я вернусь к вопросу, с которого начал. Сколько звонков вы делаете ежедневно? Приносят ли они вам достаточное для успеха количество встреч? Я знаю, что должен назначать одну новую встречу в день, что для этого мне нужно сделать пятнадцать звонков и поговорить как минимум с семью людьми. Я делаю это пять дней в неделю. Таковы мои показатели».

Источник: Стефан Шиффман.

Техники холодных звонков.

То, что реально работает. —

Альпина Паблицер, 2014

Нужно учесть, что основная цель «холодных звонков» — это добиться первой встречи, которая, воз-

можно, приведет к сделке. Продавцы создают и поддерживают базу потенциальных клиентов. Для этого они постоянно занимаются поиском новых покупателей. В основном, поиск ведут с помощью телефона. Все просто — чем большему количеству потенциальных клиентов вы позвоните, тем больше можно назначить встреч и тем больше заключить сделок. Это аксиома. Поэтому если хотите удвоить свои продажи холодным способом, то нужно утроить количество «холодных звонков». Сделать это просто. Не ленитесь — звоните. С помощью проверенных методик, которые приведены ниже, вы станете мастером «холодного» телефона.

Контроль, и еще раз контроль

Ваша задача — все время контролировать ход разговора. Это делается с помощью вопросов, то есть вы инициируете и поддерживаете интенсивный режим «интервью». Если вы приводите утверждение или что-то констатируете, то в конце не забудьте задать вопрос. Если по ходу разговора покупатель также задает вопросы, то, ответив ему, задайте свой очередной вопрос. Лучше умный, который вы подготовили заранее. Умные вопросы провоцируют покупателя, заставляют думать, помогают понять, чего же он хочет. Например:

- *Как успешно вы использовали этот метод, и насколько его применение увеличило вашу прибыль?*
- *Что вам подсказывает опыт?*
- *Почему это является определяющим фактором?*
- *Не кажется ли вам, что..?*
- *Не думаете ли вы, что..?*

Как говорится, кто контролирует, тот и имеет.

Как «холодный» звонок сделать «теплым»?

Что не нравится продавцам в «холодных» телефонных звонках? Это:

- ✦ отсутствие визуального контакта,
- ✦ сомнения в результате,
- ✦ боязнь услышать слово «нет».

Но когда вы звоните знакомым, то делаете это легко и без сомнений. Отсюда простой вывод — *нужно звонить потенциальным клиентам как друзьям или знакомым.*

Метод. Войдите в то состояние, в котором вы находитесь, когда звоните своим знакомым. В состоянии внутреннего комфорта. Мысленно представьте себе ситуацию, которая доставляет вам удовольствие при общении по телефону. Пусть это будет какой-то яркий, радостный образ. И всегда, когда вам звонят или вы собираетесь позвонить, входите в этот образ.

Работаем голосом. Единственное средство, которым можно сразу обезоружить потенциального покупателя при разговоре по телефону, это ваш голос. Если голос слаб и инертен, если чувствуется, что вы звоните по принуждению, то сделки не будет. Эффективность достигается, если ваш голос полон энергии. Но, как и в любом деле, главное здесь не «переборщить». На что особо стоит обратить внимание?

1. Следите за интонацией.

Разговаривая с собеседником по телефону, обратите внимание на интонации своего голоса — если ваш голос умеренно высокий, то ваш клиент услышит энтузиазм и радость, и это его взбодрит; если ваш голос чрезмерно высокий и пронзительный, то вы транс-

лируете беспокойство и тревогу. Если ваш голос приглушенный, с понижением интонации к концу фразы, то в телефонную трубку льется печаль и усталость. Это недопустимо.

2. Думайте, как говорить.

Что нужно учитывать в своей зажигательной речи? Важно все — ударения, быстрота речи, конструкция фраз. Понаблюдайте, как вы говорите, и сделайте выводы:

- ✦ если вы говорите слишком быстро, то вы явно взволнованны или обеспокоены чем-то, хотите «понравиться» или «уговорить» собеседника;
- ✦ если вы говорите медленно, собеседник скорее сочтет вас высокомерным или уставшим;
- ✦ прерывистая речь отражает вашу неуверенность;
- ✦ чрезмерная «гладкость» речи выдает возбуждение;
- ✦ употребление слов-паразитов («ну», «так сказать», «как бы это», «э»...) скажет о нерешительности и затруднении в выражении мысли;
- ✦ прерывание речи собеседника случается, если вы сильно напряжены.

3. Говорите короткими и понятными фразами.

Ваша речь не должна содержать причастных и депричастных оборотов. Не перегружайте собеседника информацией.

4. Не оправдывайтесь.

5. Делайте паузы, оставляя собеседнику немного воздуха.

Монолог — худшее, во что можно превратить разговор по телефону.

6. Не только информируйте, но и спрашивайте.

Постарайтесь перевести разговор в формат вопроса-ответа, чтобы понять, о чем думает покупатель и какие у него проблемы.