

# Содержание

|   |    |
|---|----|
| <b>Предисловие к российскому изданию</b> .....                | 9  |
| <b>Вступление</b> .....                                       | 13 |
| <b>1. Как использовать это практическое руководство</b> ..... | 17 |
| Обзор.....  | 18 |
| Почему «практическое руководство»? .....                      | 18 |
| Модель СПИН.....  | 20 |
| Как извлечь максимальную пользу из этого руководства .....    | 21 |
| <b>2. Краткая модель SPIN</b> .....                           | 27 |
| Обзор.....  | 28 |
| Ключевые моменты модели СПИН .....                            | 46 |
| <b>3. Проверь себя!</b> .....                                 | 49 |
| Обзор.....  | 50 |
| Проверь себя. Часть 1 .....                                   | 51 |
| Проверь себя. Часть 2 .....                                   | 53 |
| Проверь себя. Часть 3 .....                                   | 55 |
| Проверь себя. Часть 4 .....                                   | 57 |
| Проверь себя. Часть 5 .....                                   | 59 |
| <b>4. Четыре стадии встречи с целью продажи</b> .....         | 63 |
| Обзор.....  | 64 |
| Самая важная стадия продажи .....                             | 65 |
| А. Начало встречи.....  | 67 |
| Б. Вопросы СПИН и стадия исследования.....                    | 70 |
| В. Демонстрация возможностей .....                            | 70 |

## 6 Содержание

|  |            |
|--|------------|
| Г. Получение обязательства .....   | 70         |
| Проверь себя .....   | 77         |
| <b>5. СПИН в действии .....</b>  | <b>81</b>  |
| Хорошие и плохие новости .....   | 82         |
| Учимся планировать .....   | 85         |
| <b>6. Сосредоточимся на потребностях покупателя .....</b>                        | <b>97</b>  |
| Обзор.....   | 98         |
| Проверь себя .....   | 100        |
| Как развиваются потребности .....  | 102        |
| Уравнение ценности .....   | 104        |
| Учимся возвращаться к проблемам клиента.....                                     | 109        |
| Помимо основ.....  | 109        |
| <b>7. Ситуационные вопросы .....</b>   | <b>115</b> |
| Обзор.....   | 116        |
| Проверь себя .....   | 118        |
| Эффективное использование ситуационных вопросов .....                            | 120        |
| Выбор ситуационных вопросов и их планирование.....                               | 121        |
| Формулирование ситуационных вопросов и привязывание<br>их к словам клиента ..... | 123        |
| Когда задавать ситуационные вопросы и когда избегать их.....                     | 125        |
| Помимо основ.....  | 128        |
| Краткий тест.....  | 130        |
| <b>8. Проблемные вопросы .....</b>   | <b>133</b> |
| Обзор.....   | 134        |
| Проверь себя .....   | 136        |
| Эффективное использование проблемных вопросов .....                              | 138        |
| Когда задавать проблемные вопросы и когда избегать их.....                       | 141        |
| Проверь себя .....   | 144        |
| Оценка высоких рисков на ваших собственных примерах.....                         | 146        |
| Выявление проблем, которые могут решить ваши продукты.....                       | 147        |
| Учимся задавать проблемные вопросы.....  | 148        |
| Планируем собственные проблемные вопросы.....                                    | 150        |
| Помимо основ.....  | 151        |
| Краткий тест.....  | 154        |

|   |     |
|---|-----|
| <b>9. Извлекающие вопросы</b> .....                                       | 157 |
| Обзор.....  | 158 |
| Проверь себя .....  | 160 |
| Эффективное использование извлекающих вопросов<br>и их составляющие ..... | 162 |
| Ваш опыт использования извлекающих вопросов.....                          | 163 |
| Планирование извлекающих вопросов.....                                    | 166 |
| Формулирование эффективных извлекающих вопросов .....                     | 169 |
| Извлекающие вопросы и сложные продажи.....                                | 171 |
| Когда задавать извлекающие вопросы и когда избегать их.....               | 172 |
| Извлекающие вопросы с низким уровнем риска.....                           | 173 |
| Извлекающие вопросы с высоким уровнем риска.....                          | 174 |
| Учимся формулировать собственные извлекающие вопросы.....                 | 175 |
| Помимо основ.....   | 176 |
| Краткий тест.....   | 179 |
| <b>10. Направляющие вопросы</b> .....                                     | 183 |
| Обзор.....  | 184 |
| Проверь себя .....  | 186 |
| Эффективное использование направляющих вопросов.....                      | 188 |
| Как не надо задавать направляющие вопросы .....                           | 191 |
| Направляющие вопросы и сложные продажи.....                               | 192 |
| Сокращение количества возражений с помощью<br>направляющих вопросов.....  | 194 |
| Планирование направляющих вопросов .....                                  | 195 |
| Когда задавать направляющие вопросы и когда избегать их .....             | 197 |
| Направляющие вопросы с низким уровнем риска .....                         | 198 |
| Направляющие вопросы с высоким уровнем риска .....                        | 199 |
| Формулирование эффективных направляющих вопросов.....                     | 200 |
| Учимся задавать собственные направляющие вопросы .....                    | 202 |
| Краткий тест.....   | 205 |
| <b>11. Демонстрация возможностей</b> .....                                | 209 |
| Обзор.....  | 210 |
| Проверь себя .....  | 212 |
| Характеристики, преимущества и выгоды .....                               | 214 |

## 8 Содержание

|   |            |
|---|------------|
| Как характеристики, преимущества и выгоды воздействуют на покупателей ..... | 220        |
| Предотвращение возражений, а не работа с ними.....                          | 222        |
| Выгоды удовлетворяют явные потребности .....                                | 225        |
| Формулирование выгод .....  | 227        |
| Помимо основ.....   | 230        |
| Запуск новых продуктов.....   | 234        |
| Краткий тест.....   | 236        |
| <b>12. Оттачиваем навыки</b> .....  | <b>239</b> |
| Чего ожидать? .....   | 240        |
| Смотрите на ситуацию глазами покупателя .....                               | 240        |
| Инвестируйте в планирование встреч.....                                     | 244        |
| Как пользоваться формой СПИН для планирования встречи .....                 | 253        |
| Периодически проверяйте себя .....  | 255        |
| Оцениваем встречу .....   | 258        |
| <b>13. Получаем помощь и помогаем другим</b> .....                          | <b>267</b> |
| Отступление.....  | 268        |
| Коучинг от профессионала.....   | 270        |
| Двусторонний коучинг.....   | 271        |
| Помощь от сторонних организаций .....                                       | 274        |
| <b>Приложение. Шаблоны СПИН</b> .....                                       | <b>279</b> |
| План встречи .....  | 280        |
| Форма СПИН.....   | 281        |
| Рабочая таблица. Проблемы, решаемые вашим продуктом .....                   | 282        |
| Рабочая таблица. Работаем обратно в направлении проблемы.....               | 283        |
| <b>Слова признательности</b> .....  | <b>284</b> |
| <b>Об авторе</b> .....  | <b>285</b> |