

МАКСИМ БАТЫРЕВ

45 ТАТУИ- РОВОК ПРОДАВАНА

Правила для тех, кто
продает и управляет

[Почитать описание, отзывы и купить на сайте МИФа](#)

МИ∞

Содержание

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Вступление | 13 |
| 1. Продавец — это звучит гордо! | 17 |
| 2. Сопли — это не геройство | 27 |
| 3. Каждый из нас продавец радости! | 35 |
| 4. Встречают по одежке. Да и провожают тоже по одежке. Иногда очень быстро | 43 |
| 5. Хочешь понравиться — седи и слушай | 49 |
| 6. Слишком хороший контакт с Клиентом уменьшает вероятность продажи | 55 |
| 7. Основной мотив наших людей — желание быть героем | 65 |
| 8. Подготовка — лучший друг продавана | 71 |
| 9. Дайте попробовать. Это всегда работает! | 79 |
| 10. Делай, как если бы..... | 87 |
| 11. Чем больше общего с Клиентом, тем выше вероятность продажи | 95 |
| 12. Честно — это выгодно | 101 |
| 13. Нам нужно решение Клиента. Любое! | 111 |
| 14. Мы на равных | 119 |
| 15. Продавать нужно только то, что ты должен продавать | 127 |
| 16. Продажа начинается после первого «нет» | 135 |
| 17. Отличайся! | 141 |
| 18. Клиенты готовы рекомендовать! Вас | 153 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 19. Мы продаем будущий образ жизни Клиента. И отвечаем за это | 163 |
| 20. «Дорого» — у продавца в голове! | 171 |
| 21. Даже то, что бесплатно, нужно уметь продать | 179 |
| 22. Ищите внешние мотиваторы! | 187 |
| 23. Не ведитесь на провокации. | 195 |
| 24. Всегда управляй сроками! | 201 |
| 25. Пока есть хоть один шанс, бейся до конца! | 207 |
| 26. Люди покупают у людей | 215 |
| 27. Always be closing! | 223 |
| 28. Продажи делаются по одной | 229 |
| 29. Лучшая импровизация — подготовленная импровизация | 239 |
| 30. Решение о работе с Клиентами должен принимать менеджер | 245 |
| 31. Результат — это последовательное выполнение скучных процессов | 253 |
| 32. Прием отчетов не место для обучения. | 259 |
| 33. Продавец может выполнить любую задачу! Но только одну | 269 |
| 34. Верить в светлое завтра, а действовать от наихудшего для себя варианта | 275 |
| 35. ВУЗУ — все, чего не хватает нашим людям | 283 |
| 36. Вся ваша клиенто-ориентированность — в мелочах | 293 |
| 37. Тяжело в ученье — легко в бою | 303 |
| 38. Не обижайте лучших продавцов | 311 |
| 39. Аккуратнее с акциями! Они деморализуют продавцов. | 319 |
| 40. Не втягивайте Клиентов в свои внутренние проблемы | 327 |
| 41. Все должны работать на Клиента. | 337 |
| 42. Самое страшное — проиграть конкурентам | 347 |

| | |
|-----------------------------------------------------|-----|
| 43. Невыставленный счет не может быть оплачен | 355 |
| 44. Продажи – это менеджмент | 361 |
| 45. Будьте лучшим! Будьте победителем! | 369 |
| Об авторе | 375 |

*Посвящается моим бывшим,
нынешним и будущим сотрудникам.
Бойцам, которые терпели со мной
все тяготы и лишения продаванской службы,
ставили корпоративные и отраслевые рекорды,
получали сверхрезультаты и сделали меня
сильным руководителем*

Вступление

*Я смысл этой жизни вижу в том,
Чтоб, не жалея ни души, ни тела,
Идти вперед, любить и делать дело,
Себя не оставляя на потом!*

АНДРЕЙ МАКАРЕВИЧ

Одна из самых непростых и в то же время интересных профессий — это профессия человека, который ежедневно, ежечасно и ежеминутно защищает интересы организации, проводя коммерческие переговоры с ее потенциальными заказчиками и будущими партнерами.

Все, чего я достиг в своей профессиональной деятельности, я добился благодаря работе в продажах. Я научился защищать свои интересы, выступать публично, вести переговоры с Клиентами, делать своими руками презентации, формулировать внятно мысли и много чему еще благодаря тому, что последние пятнадцать лет я учился и продолжаю учиться продавать.

Продажи делают людей сильными.

Если вы научитесь реализовывать товары с не самой очевидной выгодой на одном из самых высококонкурентных рынков, то вам по плечу будут практически любые бизнес-задачи.

Человек, ни разу не упавший, не умеет подниматься. В продажах предстоит подниматься сотни, а то и тысячи раз, потому что Клиенты гораздо чаще не покупают, чем оплачивают нам счета. И это закаляет, именно это делает сильным любого, кто знает, что такое пережить очередной отказ Клиента, которого ты «разрабатывал» для сделки несколько последних недель, а то и месяцев.

После успеха моей предыдущей книги «45 татуировок менеджера», которая на протяжении последних лет была одним из самых успешных бестселлеров, мне начали писать письма уважаемые мной читатели, со многими из которых я уже успел подружиться. На данный момент, а сейчас сентябрь 2016 года, я ответил уже на 31 тысячу писем и получаю от этого колоссальное удовольствие.

Ничуть не лукавя, скажу, что в каждом третьем, а то и каждом втором письме, которое мне приходит, есть слово «спасибо». Больше десяти тысяч «спасибо» изменили мою жизнь, и я решил делиться опытом, начав карьеру бизнес-спикера.

Каждый день я встречаюсь с предпринимателями и менеджерами из разных городов и даже стран, и мы разговариваем о бизнесе. И каждый раз на этих встречах поднимается тема продаж. Как продавать? Как сделать систему эффективной? Каким образом выращивать руководителей в продажах? Что становится ключевым фактором успеха?

К сожалению, вынужден констатировать факт, что у нас очень мало людей умеют грамотно продавать. Мы либо, начитавшись американских книжек, пытаемся перенять их технологии, либо, гонясь за сиюминутной выгодой, обещаем Клиенту то, чего он не получит (это называется «впаривание»), либо ударяемся в психологию или какую-нибудь другую крайность.

Такая же проблема и в вопросах управления продажами. Очень небольшое количество знакомых мне руководителей этого направления четко понимают, каким образом нужно

настраивать свои подразделения для получения максимально возможных результатов.

Я тоже не умел ни продавать, ни тем более управлять этим процессом, допускал тысячи ошибок и в конце концов научился продавать много. Мне удалось стать и лучшим специалистом по продажам в своей компании, и — позже — лучшим руководителем отдела, а потом мы с моей командой устанавливали корпоративные рекорды и продавали больше всех в России на нашем непростом рынке. За это время у меня появились не только менеджерские, но и продаванские татуировки, которыми я решил поделиться с вами в этой книге.

Это исключительно мой субъективный опыт, и я снова, как и в предыдущей книге, не претендую на абсолютную истину. Но за этим опытом стоят годы отработки навыков, сотни отказов Клиентов, тысячи выставленных счетов, самоотверженные битвы за Клиентов в кризисы, новые друзья, профессиональные конфликты и лучшие результаты.

А ничего важнее результатов в продажах нет.

Я надеюсь и даже верю в то, что эта книга поможет вам улучшить результаты. Она написана именно для этого.

Думаю, что вы уже заметили, что слово «Клиент» я пишу с большой буквы. Я знаю, что это неграмотно и не соответствует правилам русского языка, но это моя принципиальная позиция. Какими бы они ни были (хорошими, злыми, платежеспособными, бедными, VIP-категории или совсем небольшими, веселыми, закрытыми, постоянными или холодными), мы обязаны им всем. Жизнедеятельность любой организации держится только на том, что Клиенты этой компании платят ей деньги. И все, что делают сотрудник отдела продаж и его руководитель, они делают ради Клиента. Поэтому и с большой буквы.

Итак, приготовьте свои сердца к новым татуировкам, дорогие мои друзья.

Поехали!



[Почитать описание, рецензии
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

