

**АЛЕКСАНДР
ЛЕВИТАС**

УБЕДИЛИ, БЕРУ!

**178 ПРОВЕРЕННЫХ
ПРИЕМОВ ПРОДАЖ**



**ИЗДАТЕЛЬСТВО «АСТ»
МОСКВА**

УДК 304.3(489)
ББК 60.56
Л36

Левитас, Александр.

Л36 Убедили, беру! 178 проверенных приемов продаж/
А. Левитас. — Москва: Издательство АСТ, 2020. — 320 с. —
(Бизнес-бук).

ISBN 978-5-17-111553-1.

В этой книге Вы найдете 178 проверенных приемов, которые уже завтра позволят Вам продавать больше, чаще и дороже. Это просто, для этого Вам не нужен особый талант. Потребуется лишь желание, немного времени — да еще эта книга. Результат гарантирован опытом сотен компаний. Вы узнаете:

- Как завоевать доверие покупателя?
- Как убеждать клиентов?
- Как справляться с возражениями?
- Как доводить сделку до оплаты?
- Как продать больше товаров и услуг?
- Как закрывать сделки быстрее?

Автор собирает инструменты продаж по всему миру. В этой книге он поделится с Вами как кейсами из собственной практики, так и приёмами и «фишками» успешных продавцов из десятков стран — от США до Камбоджи, от Израиля до Сингапура, от Турции до Испании.

УДК 304.3(489)
ББК 60.56

ISBN 978-5-17-111553-1.

@ А. Левитас, текст
@ ООО «Издательство АСТ»

Содержание

ПОЧЕМУ ВАМ НАДО ПРОДАВАТЬ ЛУЧШЕ.	9
--	---

Часть 1

КАК ЗАВОЕВАТЬ РАСПОЛОЖЕНИЕ КЛИЕНТА	13
--	----

Самое важное для клиента слово	14
Какие слова убивают Ваши продажи	15
Используйте правильное метасообщение	20
Не пренебрегайте деталями	25
105 сортов морковки	27
Метод «определителя птиц»	28
Три ключа к успешным продажам	31
Первый волшебный вопрос.	36
Второй волшебный вопрос	36
Спешка нужна лишь при ловле блох	37
Правильная длительность паузы	37
Лучшие моменты для продаж	40
Легкий способ приятно удивить клиента	44
Не напрягайте клиента	44
Не отворачивайтесь к стенке	45
Предлагайте калмыцкий чай!	45
Используйте «принцип бульдога»	48
Как неделовое общение помогает делу.	51
Уроки восточного базара	56
10 типичных ошибок продавца	64
«Не тормози! Позвони!»	78

Как общаться с клиентами по телефону	80
Бумага стерпит не все!	85
Что необходимо проверять, отвечая на письма	86

Часть 2

КАК УБЕЖДАТЬ КЛИЕНТОВ 87

Как правильно пускать деньги на ветер	88
Оставляйте аргументы про запас	90
Техника «Это-еще-не-все»	91
Принцип «слона в удаве»	93
Вопросы как инструмент продавца	98
Пусть клиент продаст себе сам	103
«Придет серенький волчок и укусит за бочок...»	105
Комплименты как инструмент убеждения	108

Часть 3

КАК ПРЕОДОЛЕВАТЬ ВОЗРАЖЕНИЯ 113

Волшебное слово из шести букв	114
На кушетке психоаналитика	117
«Не спорь со мной!!!»	121
Прием «Дурацкий вопрос»	125
Прием «Глухота»	126
Прием «Упреждающий удар»	127
Прием «Псевдосогласие»	128
Что делать после отказа?	130

Часть 4

КАК ЗАКРЫВАТЬ СДЕЛКИ 135

Сперва проверьте себя	136
Резюмируем переговоры в свою пользу	136
Гарантируем возврат денег	137

«Подпишите вот тут»	138
Бонус за немедленную покупку	139
Прием «Подсчет и сравнение».	140
Прием «Именно поэтому!»	147
«Деньги-то все равно потратите...»	148
«Буря, скоро грянет буря!»	150
Вариант «Ух ты!»	152
«Возьмите щенка в гости»	153
Бросьте клиенту вызов	155
«Почему они не покупают?!».	157

Часть 5

КАК ПРОДАТЬ БОЛЬШЕ 165

«Только руку протяни»	166
Самый лучший потенциальный клиент	168
Прием «Заначка».	172

Часть 6

КАК ПРОДАТЬ ПРЯМО СЕЙЧАС 173

Прием «Дефицит»	174
Прием «Цейтнот»	175
«Мне нужно подумать...»	178
Выясняйте, есть ли препятствия для сделки	180

Часть 7

КАК ПРОДАТЬ ДОРОЖЕ 183

Прием «Оправдание цены»	184
Прием «Стоимость против цены»	185
«Целься выше! Хотя бы не попадешь себе в ногу»	188
Как скрыть цену от клиента	191

Не та вилка, которой едят.	196
Как продать товар в несколько раз дороже обычного.	200

Часть 8

КАК ПРОДАТЬ БЕЗ СКИДОК 205

«А как насчет скидочки?».	206
Когда главное — цена	208
«Что у Вас есть самое дешевое? Нет, это дорого!»	211
Что делать с клиентами, которые ищут скидки?	213
«А скидку мы Вам уже дали!»	215

Часть 9

КАК ДЕЙСТВОВАТЬ В СЛОЖНЫХ СИТУАЦИЯХ . . 217

Когда клиенту и хочется, и колется	218
«Что мне надо сделать, чтобы?..»	222
«Уйти, чтобы вернуться»	223
Вам отказали? Купили у другого? Прекрасно!	224
Прием «нога в двери»	228
Если клиент пришел не один.	230
Продажи крупным клиентам.	235
Продажи в трудные времена	238
Как выйти на лицо, принимающее решения	242
Когда у Вас нет того, что хочет купить клиент	247

Часть 10

ПОДГОТОВКА ПРОДАВЦА 251

Как повышать эффективность продаж	252
«Малый джентльменский набор переговорщика».	256
Голос продавца как его лицо	263
Как продавцу тренировать выразительность	266

Фактор, о котором обычно не говорят 268

Пять ошибок продавца, который не подготовился. 271

Часть 11

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАВЦАМИ 279

Пять ключей к успеху продавца 280

Устраивать ли революцию в отделе продаж? 285

Креатив в отделе продаж — кто, когда, как? 292

Насколько важна мотивация продавцов 298

Мотивация продавцов с помощью коллективного бонуса 300

Как выжить в кризис — и как не допустить кризиса 306

САМЫЙ ГЛАВНЫЙ СЕКРЕТ УСПЕХА

В ПРОДАЖАХ 311

ОБ АВТОРЕ 314

Почему Вам надо продавать лучше

Вы владелец бизнеса или наемный продавец?

Вы хотите зарабатывать больше?

Тогда поздравляю — Вы открыли правильную книгу.

В бизнесе только продажи приносят прибыль

Неважно, магазин у Вас, IT-компания или салон красоты. Неважно, финансист Вы, автослесарь или психотерапевт. Ваш бизнес приносит прибыль только в тот момент, когда Вы убедили клиента расстегнуть кошелек и заплатить Вам — или достать ручку и подписать договор.

Все остальные действия в бизнесе приносят только расходы. Особняком стоит маркетинг — но и он не принесет прибыль сам по себе, без продаж.

Вы можете вложить в свой бизнес миллионы — но не сумеете отбить эти деньги, если у Вас будут слабые продажи.

Вы можете производить великолепную мебель или отменно печь пиццу — но Вам нечем будет оплатить даже аренду, если Ваши продавцы будут считать ворон.

Вы можете быть лучшим в городе специалистом по компьютерам или стоматологом — Вы все равно не сможете хорошо зарабатывать, если не умеете продавать.

Удивляетесь, почему конкуренты, работающие хуже Вас, зарабатывают намного больше? Скорее всего, у них хорошие продавцы.

Ну а если Вы наемный продавец или менеджер по продажам — Ваши доходы напрямую зависят от того, насколько

ко хорошо Вы продаете. Научитесь продавать лучше — и Вы сможете зарабатывать *и в два, и в три раза больше*, чем сегодня.

Если Вы считаете, что могли бы зарабатывать больше, у меня для Вас хорошая новость.

Научиться **продавать больше, чаще и дороже** — не так уж сложно. И уж точно намного легче, чем научиться лечить зубы или шить платья.

Эта книга написана для того, чтобы помочь Вам — да, именно Вам — начать продавать больше уже завтра.

Мои предыдущие бестселлеры «Больше денег от Вашего бизнеса» и «Экспресс-маркетинг» уже помогли бизнесменам в России, Израиле и других странах заработать сотни миллионов. Давайте посмотрим, сколько сумеете заработать Вы, прочитав эту книгу.

Много лет я собирал приемы и «фишки» продаж, которые можно моментально внедрить в Вашем бизнесе, чтобы уже на следующий день увидеть рост продаж.

И в этой книге я подготовил для Вас 178 приемов и «фишек» с подробными иллюстрациями. Целый сундук с инструментами для увеличения Ваших продаж.

Вы узнаете:

- как завоевать доверие покупателя;
- как убеждать Ваших клиентов;
- как справляться с возражениями;
- как доводить сделку до оплаты;
- как продать больше товаров и услуг;
- как закрывать сделки быстрее;
- как продать дорогой товар или услугу;
- как не давать клиентам скидок;
- как действовать в сложных ситуациях.

Часто авторы книг по продажам пытаются изложить в книге сложную методологию продаж «от А до Я», которую нужно изучить от корки до корки и внедрить систему целиком — но это не такая книга. Я намеренно иду по другому пути.

Дело в том, что за двадцать с лишним лет в бизнесе я *ни разу* не слышал, чтобы сложную систему продаж удалось самостоятельно внедрить, прочитав книгу. Автор обычно рассчитывает на то, что Вы не справитесь сами — и воспользуетесь его услугами для внедрения. Кроме того, системе нельзя внедрить по частям — нужно перестраивать под нее весь бизнес. Если Вы продавец, у Вас едва ли есть на это полномочия, а если Вы владелец — может не быть времени или средств.

Эта книга устроена иначе. В ней собраны инструменты, каждый из которых эффективен сам по себе. Поэтому ее **можно читать по частям — и внедрять по частям.**

Можно выхватить одну-две понравившиеся «фишки», внедрить только их — и быстро увидеть рост продаж.

Можно прочитать десяток страниц, когда у Вас есть свободная четверть часа — и уже назавтра воспользоваться прочитанным.

Можно подобрать наиболее актуальные инструменты под те задачи, которые важнее всего для Вас сегодня.

Можно использовать эту книгу как шпаргалку — для себя или для Ваших продавцов.

Или можно постепенно, маленькими шагами, внедрить все приемы из этой книги — в комфортном для Вас темпе.

В любом случае Вы научитесь **продавать больше, чаще и дороже** — причем результат не заставит себя ждать.

Попробуйте — и убедитесь сами.

Часть 1

КАК ЗАВОЕВАТЬ РАСПОЛОЖЕНИЕ КЛИЕНТА

Еще до того, как продавец приступит к продаже своего товара или услуги, он должен продать самого себя. Должен завоевать расположение клиента, понравиться потенциальному покупателю.

Этот раздел книги предоставит в Ваше распоряжение ряд инструментов и принципов, которые помогут Вам найти с клиентами общий язык, вызвать у них доверие, ощущение надежности и в результате завоевать расположение покупателя.

Самое важное для клиента слово

Среди всех слов, которые использует продавец — стоит ли он за прилавком, звонит по телефону или выезжает на переговоры, — есть одно слово, наиболее важное и привлекательное для клиента.

И, как ни странно, именно это слово продавцы используют крайне редко — исключением являются лишь признанные и результативные мастера продаж.

Что же это за волшебное слово? Это слово «Вы» во всех его формах — «Вы», «Ваш», «для Вас» и т.п.

Насколько эффективно лично Вы используете это слово? Проверьте себя сегодня же — возьмите диктофон и запишите на него пару-тройку своих обычных разговоров с потенциальными клиентами.

Если у Вас нет диктофона — наверняка в Вашем мобильном телефоне есть такая функция.

Затем сядьте с листком бумаги, прослушайте свои записи и посчитайте, сколько раз за время переговоров Вы произнесли слова «я», «мы», «наш», «у нас», «с нами» и т.п. И сколько раз — слова «Вы», «Ваш», «для Вас», «к Вам», «Ваше» и т.п.

Как правило, оказывается, что о себе, своей фирме и своем продукте продавец говорит в несколько раз больше, чем о клиенте, его потребностях, его выгоде и т.п. Если так получилось и у Вас — просто измените свой подход!

Старайтесь больше говорить о клиенте, чем о себе. Людям приятно, когда говорят о них. Люди любят, когда их проблемам уделяют внимание, когда заботятся об их выгоде. Людям нравится, когда что-то делается для них.

Опытные официанты увеличивают сумму чаевых просто за счет того, что приговаривают «для Вас», подавая каждое блюдо, — «суп для Вас», «антрекот для Вас» и т.п.

Правило, доказавшее свою эффективность в продажах, — на одно «я» или «мы» в речи продавца должны приходиться три «Вы». Конечно, никто не ждет от Вас, что Вы будете считать, загибая пальцы, сколько раз прозвучало то или иное слово, — но общее соотношение «я» к «Вы» в речи продавца должно быть примерно таким.

Для начала в качестве простейшего способа переключать ход беседы на покупателя заведите привычку пользоваться фразами «Для Вас это означает...» и «Ваш [название товара]...»

Первая фраза используется всякий раз, когда Вы начинаете говорить о каких-то свойствах товара, об особенностях Вашей фирмы и т.п. — «У этого ноутбука особая энергосберегающая плата. Для Вас это означает лишний час работы без подзарядки».

Вторую фразу стоит применять, когда покупатель хоть немного заинтересовался товаром — начиная с этого момента Вы можете говорить не «Взгляните, какой вид открывается из этого дома!», а «Взгляните, какой вид открывается из Вашего дома!», как будто клиент уже приобрел его.

Какие слова убивают Ваши продажи

В ситуации, когда Вы ведете переговоры с покупателем, есть слова и выражения, которых следует избегать как чумы — потому что они убивают Ваши продажи. И наоборот — есть слова, которые стоит включать в свои реплики, потому что они помогают Вам заключить сделку. Что же