



Брайан Трейси

Психология продаж

Самый эффективный
подход к увеличению
количества сделок

УДК 159.92:339.138
ББК 88.4
Т66

By Brian Tracy
THE PSYCHOLOGY OF SELLING: INCREASE YOUR
SALES FASTER AND EASIER THAN YOU EVER THOUGHT
POSSIBLE

© 2004 by Brian Tracy
Published by arrangement with HarperCollins Leadership,
a division of HarperCollins Focus, LLC.

Трейси, Брайан.

Т66 Психология продаж : самый эффективный под-
ход к увеличению количества сделок / Брайан
Трейси ; [перевод с английского А. Симагиной]. —
Москва : Эксмо, 2026. — 288 с.

ISBN 978-5-04-224115-4

Хочешь продавать много и за дорого — разбирайся в психоло-
гии продаж. Это куда важнее, чем осваивать отдельные приемы
и техники, уверен Брайан Трейси. Только понимание того, как ду-
мает покупатель, на какие триггеры реагирует, что заставляет его
совершать сделку и испытывать безотчетное доверие к собеседнику,
превратит вас в сверхэффективного продавца.

Это не магия, а система, о которой автор несколько десятиле-
тий подряд рассказывал в рамках своей легендарной программы
обучения.

УДК 159.92:339.138
ББК 88.4

ISBN 978-5-04-224115-4

© Симагина А., перевод на русский
язык, 2025
© Оформление. ООО «Издательство
«Эксмо», 2026

*Эта книга посвящается моим друзьям, коллегам,
ученикам и практикам великого искусства продаж —
тем мужчинам и женщинам, которые
«смело идут туда, куда еще никто не ступал»,
чтобы добиться продаж, от которых зависят
наши компании и нации. Вы истинные герои и герои-
ни нашей конкурентной корпоративной системы.*

Об авторе

Брайан Трейси — оратор, консультант, ведущий семинаров, успешный бизнесмен и один из ведущих профессиональных спикеров в мире. Под его руководством было основано или преобразовано 22 различных бизнеса. Ежегодно он выступает перед более чем 250 000 человек по всей территории Соединенных Штатов, Канады, Европы, Австралии и Азии.

Выступления и семинары Брайана разрабатываются индивидуально для каждой аудитории. Их описывают как «вдохновляющие, увлекательные, информативные и мотивирующие». Он работал с более чем 500 корпорациями, провел более 2000 выступлений и обратился к более чем 2 000 000 человек.

Оглавление

Об авторе	7
Введение	11
глава 1. Закулисье продаж	19
глава 2. Ставьте цели и достигайте их	65
глава 3. Почему люди покупают	81
глава 4. Креативные продажи	125
глава 5. Как заполучить больше встреч с клиентами	156
глава 6. Сила внушения	185
глава 7. Завершение продажи	206
глава 8. 10 ключей к успеху в продажах	258

Введение

Воображение — это настоящая мастерская, где создаются все планы человека.

Наполеон Хилл

Цель этой книги — дать вам набор идей, стратегий и приемов, которые вы можете немедленно использовать, чтобы увеличить продажи быстрее и проще, чем когда-либо прежде. На следующих страницах вы научитесь извлекать больше пользы из себя и своей карьеры продавца, чем вы когда-либо считали возможным. Вы узнаете, как увеличить свои продажи и доход в два, три или даже четыре раза в течение нескольких месяцев или всего за несколько недель.

Эта книга представляет собой письменную версию моей всемирно успешной аудиопрограммы «Психология продаж». С момента выхода этой программы она была переведена на шестнадцать языков в двадцати четырех странах. Это бестселлер среди программ профессионального обучения продажам.

Станьте миллионером!

Проведенное среди выпускников аудиопрограммы исследование показало, что, прослушивание и применение этих идей принесло больше сделок, чем любой другой когда-

либо разработанный метод обучения продажам. Используя этот материал, я *лично* обучил более пятисот тысяч продавцов по всему миру, из тысяч компаний и практически из каждой отрасли. Этот метод действительно работает!

Моя собственная история

Я не окончил старшую школу. Вместо этого, будучи молодым человеком, я отправился посмотреть мир. Я зарабатывал физическим трудом в течение нескольких лет, пока не накопил достаточно денег, чтобы начать путешествовать. Я проплыл на норвежском грузовом судне через Северную Атлантику, а затем путешествовал на велосипеде, автобусе, пикапе и поезде по Европе, через Африку и в конце концов добрался до Дальнего Востока. Я никогда не оставался без еды, но часто *откладывал* приемы пищи на потом.

Когда я больше не смог найти работу, связанную с физическим трудом, в отчаянии я занялся продажами. Кажется, что большинство наших решений напоминают ситуацию, когда ночью сдаешь задом, натыкаешься на что-то и выходишь посмотреть, что же это было. Для меня этим «чем-то» была работа в отделе продаж.

КАЖЕТСЯ, ЧТО БОЛЬШИНСТВО НАШИХ
РЕШЕНИЙ НАПОМИНАЮТ СИТУАЦИЮ,
КОГДА НОЧЬЮ СДАЕШЬ ЗАДОМ, НАТЫКАЕШЬСЯ
НА ЧТО-ТО И ВЫХОДИШЬ ПОСМОТРЕТЬ,
ЧТО ЖЕ ЭТО БЫЛО.

Базовое обучение

Я был принят на работу за прямые комиссионные. Все обучение состояло из трех пунктов: «Вот ваши визитки; вот ваши рекламные проспекты; вот дверь!» Вооружившись этим «тренингом», я начал свою карьеру продавца с *холодных звонков*: в офисы днем и в дома по вечерам.

Человек, который нанял меня, не умел продавать. Но он сказал мне, что продажи — это игра с цифрами: все, что мне нужно сделать, — это поговорить с достаточным количеством людей, и в конце концов я найду того, кто согласится купить. Мы называем этот метод продажи «грязь об стену». Если бросить в стену достаточно грязи, то где-то, каким-то образом, часть ее прилипнет. Информации маловато, но это все, что у меня было.

Затем кто-то сказал мне, что продажи — это на самом деле не игра с цифрами. Скорее, это была «игра в отказы». Чем больше отказов вы получите, тем больше продаж вы, вероятно, совершите. Вооруженный этим советом, я переезжал с места на место, чтобы чаще получать отказы. Мне сказали, что у меня есть «дар красноречия», и я использовал его. Когда человек казался незаинтересованным, я говорил громче и быстрее. Но, несмотря на то что я бегал от одного потенциального клиента к другому и говорил с каждым громче и быстрее, я едва сводил концы с концами.

Поворотный момент

После шести месяцев напряженной работы, когда комиссионных от продаж хватало только на то, чтобы оплатить мою одноместную комнату в маленьком пансионе, я наконец сделал то, что изменило мою жизнь: я пошел к са-

тому успешному сотруднику нашей компании и спросил его, что он делает иначе, чем я.

Я не боялся тяжелой работы. Я вставал в пять или шесть утра, готовился к предстоящему дню и в семь утра уже ждал на парковке, когда на работу придут мои первые клиенты. Я работал весь день напролет, переходя из офиса в офис и от компании к компании. По вечерам я стучался в двери домов до девяти или десяти часов. Если в доме горел свет, я пытался поговорить с жильцами.

У лучшего продавца в моем офисе, который был всего на пару лет старше меня, был совершенно другой подход. Он приезжал в офис около девяти часов. Через несколько минут заходил потенциальный клиент, они садились и разговаривали. После нескольких минут разговора потенциальный клиент доставал свою чековую книжку и выписывал чек за наш продукт.

Затем продавец уходил и совершал еще пару сделок, а затем обедал с другим потенциальным клиентом. В полдень он закрывал еще пару сделок, а затем, возможно, выпивал или ужинал с другим потенциальным клиентом. Он продавал в 5–10 раз больше, чем я или кто-либо другой в нашем офисе, и, казалось, вообще не работал.

Обучение играет решающую роль

Выяснилось, что раньше он работал в компании, входящей в список Fortune 500. Эта компания потратила шестнадцать месяцев на его интенсивное обучение навыкам профессиональных продаж. Обладая этими навыками, он мог бы затем перейти на работу в любую компанию или отрасль и продавать любой продукт или услугу практически на любом рынке. Благодаря знаниям он был на го-

лову выше таких людей, как я, даже несмотря на то, что работал половину времени или даже меньше. Это открытие изменило мою жизнь.

Когда я спросил его, что он делает иначе, он ответил: «Ну, покажи мне свою презентацию, и я раскритикую ее».

Это была моя первая проблема. Я понятия не имел, что такое «презентация». Я слышал, что такое существует, но сам никогда ничего подобного не видел.

Я сказал: «Покажите мне свою, а я покажу вам свою».

Он был терпелив и вежлив. Он сказал: «Хорошо, вот базовая презентация продукта от начала до конца». Затем он провел меня, шаг за шагом, по презентации нашего продукта.

Вместо того чтобы толкать «речь» или вворачивать умные фразы, чтобы привлечь внимание или развеять сомнения клиента, он задал ряд логичных вопросов, от общих до конкретных, которые идеально подходили для реального потенциального клиента. В конце этой серии вопросов потенциальному клиенту было совершенно ясно, как он может использовать наш продукт и извлечь из этого выгоду. Последний вопрос был просто подтверждением, что мы заключаем сделку.

Немедленно принимайте меры

Я все записал. Укрепившись в этом новом подходе к продажам, я снова стал обходить потенциальных клиентов. Но на этот раз вместо того, чтобы *говорить*, я задавал *вопросы*. Вместо того чтобы пытаться ошеломить потенциального клиента особенностями и преимуществами моего продукта, я сосредоточился на изучении ситуации потенциального клиента и на том, как я мог бы помочь