





ИГОРЬ РЫЗОВ  
АЛЕКСЕЙ ПАШИН

# ПСИХО ТРЮКИ

В ПРОДАЖАХ

55

ПРИЕМОВ,  
КОТОРЫЕ  
ПОМОГУТ  
ПРОДАТЬ  
ЧТО УГОДНО



**БОМБОРА**  
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Москва

УДК 330.16  
ББК 88.4  
Р93

**Рызов, Игорь Романович.**

Р93 Психотрюки в продажах. 55 приемов, которые помогут продать что угодно / Игорь Рызов, Алексей Пашин. — Москва : Эксмо, 2026. — 304 с. — (Кремлевская школа переговоров).

ISBN 978-5-04-225728-5

Клиенты уходят и сделки срываются, несмотря на то, что вы делаете все как раньше? Все просто — вы используете приемы с истекшим сроком годности. Когда манипуляции, скрипты, техника трех «да» уже не работают, на помощь приходят легендарные психотрюки для продаж.

Перед вами сборник из 55 проверенных приемов и фраз, которые можно сразу применять, чтобы закрывать крупные сделки, побеждать в тендерах икратно увеличивать прибыль с продаж.

Авторы — Игорь Рызов, ведущий эксперт по переговорам, и Алексей Пашин, ведущий тренингов, — точно знают, какие ошибки совершают продавцы и что нужно сделать, чтобы изменить ситуацию.

Читайте «Психотрюки в продажах», чтобы узнать:

- почему «дожать» больше не работает и как с этим справиться;
- какие фразы помогут отбить любое возражение;
- как найти настоящую потребность клиента, чтобы он купил все, что вы ему предложите.

**УДК 330.16  
ББК 88.4**

**ISBN 978-5-04-225728-5**

© Текст. И. Рызов, А. Пашин, 2025  
© Фотография на обложке. А. Боброва, 2025  
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2026

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие .....	9
Глава 1. Доверие в продажах .....	13
Психотрюк № 1: Не торопитесь продавать.....	17
Психотрюк № 2: Безопасность, цели, партнерство.....	19
Психотрюк № 3: Свой – чужой.....	21
Психотрюк № 4: Против кого дружим? .....	22
Психотрюк № 5: Искренние комплименты .....	23
Психотрюк № 6: Эмоциональное отражение.....	25
Психотрюк № 7: Расскажите еще.....	28
Выводы главы.....	33
Глава 2. Формирование ценности: за что люди вам платят?.....	35
Психотрюк № 8: Примерь сапоги клиента.....	43
Психотрюк № 9: «Почему я?» .....	46
Психотрюк № 10: Активное слушание .....	48
Психотрюк № 11: Контрвопрос .....	58
Выводы главы.....	60
Глава 3. Как справляться с возражениями .....	61
Психотрюк № 12: Вырвать жало.....	70
Психотрюк № 13: Зеркальный вопрос.....	73
Психотрюк № 14: Призыв к действию.....	78
Психотрюк № 15: «А я и не спорю» .....	80
Психотрюк № 16: Фокус на главном .....	86
Выводы главы.....	90

Глава 4. Кризисные возражения: управляем страхом клиента . . .	93
Психотрюк № 17: «Я сам такой» . . . . .	97
Психотрюк № 18: «Давайте начистоту» . . . . .	100
Психотрюк № 19: Резкий вопрос . . . . .	105
Психотрюк № 20: По-по-лам . . . . .	109
Психотрюк № 21: Плюс один вопрос . . . . .	112
Выводы главы . . . . .	116
Глава 5. Искусство влияния: как направить собеседника к нужному решению . . . . .	119
Психотрюк № 22: Последовательная аргументация . . . . .	125
Психотрюк № 23: Двойная петля . . . . .	128
Психотрюк № 24: Дальновидность . . . . .	133
Психотрюк № 25: «А вам это надо?» . . . . .	135
Психотрюк № 26: Наоборот – влияние через страх потери .	138
Психотрюк № 27: Разделяй и управляй . . . . .	141
Выводы главы . . . . .	145
Глава 6. Презентация: чтобы клиент хотел купить . . . . .	147
Психотрюк № 28: «Представьте себе» . . . . .	150
Психотрюк № 29: Выгода – Преимущество – Характеристика . . . . .	155
Психотрюк № 30: Эффект контраста . . . . .	160
Психотрюк № 31: Привязка к эмоциям . . . . .	163
Психотрюк № 32: Продавайте как Голливуд . . . . .	169
Выводы главы . . . . .	174
Глава 7. Искусство торга: как договариваться и не терять ценность . . . . .	177
Психотрюк № 33: Переговорное пространство . . . . .	180
Психотрюк № 34: «Я не слабак» . . . . .	185
Психотрюк № 35: Принцип детали лего . . . . .	187
Психотрюк № 36: Ставки велики . . . . .	192

Психотрюк № 37: Жадина .....	195
Психотрюк № 38: Скажите «нет» еще раз .....	199
Выводы главы .....	201
Глава 8. Антиманипуляции: как противостоять давлению и сохранять контроль .....	203
Психотрюк № 39: Стоп-реакция .....	208
Психотрюк № 40: Никаких оправданий .....	211
Психотрюк № 41: «Я знаю себе цену» .....	214
Психотрюк № 42: «А на самом деле?» .....	218
Психотрюк № 43: Сорваться с крючка .....	223
Выводы главы .....	225
Глава 9. Работа с претензиями: превращаем конфликт в сделку .....	227
Психотрюк № 44: Танки и подростки .....	230
Психотрюк № 45: Без дров костер не горит .....	234
Психотрюк № 46: Включаем эмоции .....	238
Психотрюк № 47: «Вам шашечки или ехать» .....	241
Психотрюк № 48: «Пишите письма» .....	246
Психотрюк № 49: Ход конем .....	249
Выводы главы .....	253
Глава 10. Закрытие сделок: как провести клиента последние 10% пути .....	255
Психотрюк № 50: «Вам завернуть?» .....	258
Психотрюк № 51: «Мне важно ваше мнение» .....	260
Психотрюк № 52: Время – деньги .....	263
Психотрюк № 53: Истории успеха клиентов .....	266
Психотрюк № 54: Вишенка на торте .....	271
Психотрюк № 55: «Специально для вас» .....	275
Выводы главы .....	279

## **8** ИГОРЬ РЫЗОВ, АЛЕКСЕЙ ПАШИН. ПСИХОТРЮКИ В ПРОДАЖАХ

Глава 11. Внутреннее состояние – ключ к продажам, или «Баги» продавцов. ....	281
Как продавать без напряжения? .....	282
«Зажигалочки» в продажах: двигатель успеха или бесконечная суета? .....	286
Великая игра в беспомощность: когда удобнее оставаться ребенком .....	289
Завышенные ожидания: как перестать ломать себя и начать продавать. ....	292
Синдром самонедостаточности: как продавец превращает себя в заложника страха. ....	294
Самообман в продажах: когда продавец рассказывает себе сказки и верит в них. ....	297
Выводы главы .....	299

# ПРЕДИСЛОВИЕ

Представьте, что у вас есть машина времени. Вы перенеслись в 2005 год и зашли в автосалон выбрать автомобиль. Едва успели оглядеться, как появляется менеджер – самоуверенный, с ослепительной улыбкой и в идеально начищенных ботинках. Он тут же начинает презентацию: «Это лучший вариант на рынке: двигатель 180 лошадей, кожаный салон. Только для вас – скидка! И поторопитесь: остался последний экземпляр!» Как только он заметил, что вы сомневаетесь, сразу начал поддавливать: «Если купите прямо сейчас – подарим коврики и полный бак!»

Так продавали 20 лет назад. И тогда это действительно работало.

Теперь вернемся в реальность. Сегодня рынок перегрет, а у клиентов – широкий выбор и быстрый доступ к чему угодно. Представьте, что продавец недвижимости все так же дожимает вас на сделке: «Это ваш последний шанс», «Берите сейчас, завтра будет поздно», «Лучше точно не найдете». Раздражает? Именно. Вот так же чувствует себя ваш покупатель, когда слышит устаревшие скрипты. Они больше не убеждают, а отталкивают. Чтобы продавать сегодня, нужны новые подходы.

Сегодня все привычные приемы из прошлого уже не работают. Клиент видел тысячи предложений, изучил десятки отзывов, посмотрел обзоры на YouTube и зашел на форум, где

ему сказали, что «Все развод». Давление больше не работает. Стандартные скрипты вызывают раздражение. Люди устали от «впаривающих» продавцов.

Именно эти изменения и подтолкнули нас, Игоря Рызова и Алексея Пашина, к написанию этой книги. В современном мире продавец – это не просто говорливый парень, а своего рода «спортсмен, актер и психолог».

Если вы давно занимаетесь продажами, то согласитесь с тем, что уже давно не работают:

- × скрипты продаж – клиенты слышали их тысячи раз и сразу определяют, когда им что-то «впаривают»;
- × жесткое закрытие сделки – люди теперь боятся давления и уходят при первых признаках манипуляции;
- × техника трех «да» – клиент понимает, что его ведут по воронке, и блокирует общение.

Что же тогда работает? Психотрюки! Они основаны не на манипуляциях, а на естественной психологии человека, а потому не раздражают и не вызывают защитных реакций. Наоборот – вовлекают клиента в процесс и мягко подводят к покупке.

Наша книга научит вас техникам продаж, которые учитывают, как сегодня думают и принимают решения люди. Здесь нет воды и сложных теорий – только живые примеры, конкретные фразы и приемы, которые можно сразу использовать на практике. Каждый прием протестирован в реальной жизни, проверен на сотнях сделок и переговоров, вам останется только адаптировать их под себя.

Это не просто книга – это руководство к действию для всех, кто продает. Неважно, работаете ли вы в B2B или B2C, продаете онлайн или офлайн, предлагаете товары или услуги – вы в любом случае найдете здесь идеи, которые изменят ваш подход к продажам.

- ✓ Новичку в продажах книга даст быстрый старт и позволит избежать ошибок, на которые другие тратят годы.
- ✓ Опытный продажник найдет здесь инструменты, которые прокачают его конверсию и позволят закрывать больше сделок.
- ✓ А предприниматель поймет, как выстроить систему продаж, которая работает без давления и манипуляций.

### Как работать с книгой?

- ✦ Читайте и сразу применяйте. В каждой главе есть упражнения, вопросы и задания, которые помогут внедрить техники в жизнь.
- ✦ Записывайте и тестируйте. Не нужно запоминать все – выберите два-три трюка и попробуйте использовать их на ближайшей встрече или звонке с клиентом.
- ✦ Анализируйте результаты. Какие приемы сработали у вас? Какие стоит доработать?

Продажи – это не волшебство. Это навык, который можно освоить. Сегодня побеждают не те, кто умеет красиво говорить, а те, кто понимает, как работает психология клиента. Готовы прокачать свои переговорные навыки и вывести свои продажи на новый уровень?

Тогда вперед! Добро пожаловать в мир психотрюков продаж!



Г Л А В А

# 1

## ДОВЕРИЕ В ПРОДАЖАХ

**ПСИХОТРЮК № 1:** Не торопитесь продавать

**ПСИХОТРЮК № 2:** Безопасность, цели, партнерство

**ПСИХОТРЮК № 3:** Свой – чужой

**ПСИХОТРЮК № 4:** Против кого дружим?

**ПСИХОТРЮК № 5:** Искренние комплименты

**ПСИХОТРЮК № 6:** Эмоциональное отражение

**ПСИХОТРЮК № 7:** Расскажите еще

**ВЫВОДЫ ГЛАВЫ**

В современном мире основа успешных продаж – доверие. Именно оно определяет, купят у вас или нет. Если нет доверия, не будет и сделки.

## **ВЫ НИЧЕГО НЕ ПРОДАДИТЕ ТОМУ, КТО ВАМ НЕ ДОВЕРЯЕТ.**

Задумайтесь: почему клиенты спорят, торгуются, сомневаются? Потому что не доверяют вам. И не начнут, пока вы не сделаете шаг навстречу. Вот почему первый этап в любом процессе продаж – создание доверительных отношений.

Доверие бывает двух видов:

1. Эмоциональное – основано на личной симпатии, первом впечатлении.
2. Когнитивное – основано на опыте взаимодействия, логике и фактах.

Запомните золотое правило: по одежке встречают, по уму провожают. В продажах важны оба этих аспекта: сначала мы нравимся клиенту, затем доказываем свою экспертность. Если первое впечатление сложилось негативное, вам будет очень сложно убедить клиента в своей компетентности.

На тренингах мне часто задают один и тот же вопрос:

– В нашем бизнесе конкуренция просто бешеная! Нас с конкурентами не отличить друг от друга: продукция одинаковая, цены плюс-минус схожи. Как обойти их и стать главным поставщиком для важного клиента?

На что я обычно отвечаю:

– Понравьтесь ему!

Вижу скептические взгляды и внутренний диалог в глазах участников: «Ага, еще бы сказали: “Будьте собой, и Вселенная устроит вам лучший результат”». Спокойно! Сейчас расскажу одну историю, после которой у вас не останется сомнений, что симпатия решает многое.

Когда я только начинал работать в продажах металлопроката, мне удалось выйти на крупного клиента – механический завод в Ульяновске. Просто мечта: один типоразмер продукции, стабильные заказы по два вагона ежемесячно. Я уже мысленно покупал себе яхту... ну ладно, для начала велосипед подороже.

Но, как это часто бывает, райские мечты обломала суровая реальность в лице начальницы отдела снабжения, назовем ее Марина Анатольевна. Гроза всех продавцов, она пугала своей прямолинейностью. Да что там – ее голос по телефону был таким, что я однажды бессознательно подтянул живот и встал по стойке смирно.

Десятки конкурентов боролись за этого клиента, и все пытались перетянуть на себя внимание классическими методами: демпинг, манипуляции, заискивание, простая настырность. Угадайте, к чему это привело? Ни к чему.

Но у меня была своя тактика. Я всегда придерживался правила, услышанного в каком-то фильме про полицейских: «Хочешь стать агентом ФБР – веди себя как агент ФБР».

Вот и я, еще не став успешным продавцом, уже выглядел и вел себя так, будто им был. Я тратил практически всю свою зарплату на костюмы и обувь люксовых брендов. В нерабочее время я мог встретить клиента, например, в пиццерии, и он не узнавал меня, парня с вечными долгами; зато на переговорах я был Джеймс Бонд от мира металлопроката.