

ЙАНИВ ЗАИД

**БИБЛИЯ
ПРОДАЖ
XXI ВЕКА**

 **БОМБОРА**
ИЗДАТЕЛЬСТВО
Москва



ЙАНИВ ЗАИД

**БИБЛИЯ
ПРОДАЖ
XXI ВЕКА**

 **БОМБОРА**
ИЗДАТЕЛЬСТВО
Москва

УДК 339.138
ББК 65.290-2
3-17

Yaniv Zaid
The 21st Century Sales Bible: Mastering the 10 Commandments of Marketing,
Negotiation & Persuasion
Copyright The 21st Century Sales Bible © Yaniv Zaid, 2022

Зайд, Йанив.

3-17 Библия продаж XXI века : секреты маркетинга, переговоров и убеждения / Йанив Зайд ; [перевод с английского К. Александровой]. — Москва : Эксмо, 2025. — 336 с. — (Настольные книги предпринимателя).

ISBN 978-5-04-197108-3

Как объяснить людям, что покупать нужно у вас, а не у того парня?
Как убедить себя, что ваша экспертность стоит серьезных денег, а не «минимум по рынку»?

Как писать маркетинговые сообщения, которые не отправятся сразу в корзину?
«Доктор Убеждение» Йанив Зайд на реальных примерах и собственном опыте показывает, что продажи — это не так сложно. Главное — овладеть технологией!

Здесь собрано все, что вы хотели знать о продажах, но не понимали, у кого спросить. Автор объясняет, как найти подход к клиентам, отстроиться от конкурентов и создать своему продукту сверхценность. А еще вы узнаете:

- сколько стоите вы или ваши товары/услуги и как не бояться просить больше;
- какое слово использовать, чтобы заинтересовать наибольшее количество людей в вас и вашем продукте;
- как превращать клиентов, репутацию и сообщество в финансовые активы.

УДК 339.138
ББК 65.290-2

Упомянутые в книге социальные сети Facebook и Instagram запрещены на территории Российской Федерации на основании осуществления экстремистской деятельности.

ISBN 978-5-04-197108-3

© Перевод на русский, К. Александрова, 2024
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2025

Эта книга посвящается:

моим замечательным детям Ноаму и Йоаву, которые с каждым днем приносят все большие радости и вдохновляют меня делать свое дело;

моей прелестной семье, которая всегда поддерживает, придает силы и желает мне только лучшего. Своими успехами я во многом обязан вам;

моим друзьям, клиентам, коллегам, агентам и издателям, а также членам моей команды, которые на протяжении многих лет были рядом, росли вместе со мной и помогли мне расти, а также внесли значительный вклад в мое деловое, профессиональное и личностное развитие.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	9
Заповедь № 1. Назначайте высокие цены на свои товары и услуги, даже если рынок перенасыщен	15
Заповедь № 2. Креативно заявите о себе как об эксперте в своей области даже на конкурентном рынке.....	38
Заповедь № 3. Мотивируйте людей действовать, даже если они не собирались у вас покупать	67
Заповедь № 4. Выйдите на авансцену перед аудиторией и перед своими клиентами	89
Заповедь № 5. Создайте вокруг себя растущее сообщество, состоящее только из значимых клиентов, и обучите их покупать у вас, а не у ваших конкурентов.....	126
Заповедь № 6. Продавайте более эффективно, чем ваши конкуренты	160
Заповедь № 7. Убеждайте с помощью маркетингового сообщения	216
Заповедь № 8. Сделайте так, чтобы как можно больше людей говорили о вас как можно больше и, конечно, только хорошее... ..	240
Заповедь № 9. Уделяйте персональное внимание и делайте так, чтобы люди чувствовали себя комфортно рядом с вами, даже если вы только познакомились	274
Заповедь № 10. Делайте так, чтобы люди были уверены в вас и доверяли вам, даже если они вас не знают.....	304

ВВЕДЕНИЕ

Каким четырем важнейшим вещам вас никто не научил? Если вы случайным образом выберете людей на улице и попросите их назвать четыре самых значимых жизненных аспекта, ВСЕ они, согласно данным международных исследований, дадут вам один и тот же ответ:

- **любовь,**
- **деньги,**
- **счастье,**
- **здоровье.**

Не обязательно в таком порядке или в подобной формулировке, но четыре наиболее значимые потребности для каждого из нас таковы:

1. Быть любимым другими: членами семьи, партнерами, друзьями и т. д.
2. Быть финансово обеспеченным настолько, чтобы жить той жизнью, какую мы хотим.
3. Быть счастливым, удовлетворенным и состоявшимся.
4. Быть здоровым, энергичным и сильным.

Отлично.

Остается лишь одна проблема — **никто никогда, ни в рамках образовательной системы, ни по ходу «формальной» жизненной траектории, не обучал нас тому, как обрести счастье, любовь, здоровье и деньги!** Ни в детском саду, ни в школе, ни в колледже или университете (если у вас есть высшее образование). Время от времени мы черпали какие-то идеи, знания и навыки у родителей, учителей или наставников иного рода. Но на институциональной основе никто никогда не учил нас, как найти подходящего партнера, как завоевать любовь окружающих, как

зарабатывать деньги, как жить полной жизнью, как правильно питаться и высыпаться и т. д. и т. п. Хотя в действительности это и есть важнейшие составляющие нашего бытия!

Большинство людей обнаруживает эту пропасть между тем, чему их учили в рамках формального образования, и тем, что им нужно или важно в жизни, лишь на более позднем этапе, после окончания учебы.

Приведу два наглядных примера.

Первый пример: я экономист, три года¹ учился на бакалавра экономики, и ни один профессор ни на одном из курсов так и не объяснил мне, что такое маркетинг. За все время обучения (на экономическом факультете!) я даже ни разу не слышал слово «деньги», если не брать в расчет рассмотрение теоретических экономических моделей. **Откуда людям, получившим академическое образование и решившим открыть свой бизнес, знать, как зарабатывать деньги?**

Второй пример: еще я адвокат. На протяжении четырех лет я готовился стать бакалавром в области права (параллельно с обучением на экономиста), и никто никогда не учил меня, как выступать в суде, как составлять иски или как вести переговоры.

Как адвокат, прошедший теоретическую правовую подготовку, должен справляться с конкурентной борьбой в мире юриспруденции и бизнеса, не получив при этом никаких практических инструментов для работы с клиентами и судьями?

Я могу назвать еще много примеров, но вопрос сейчас стоит так: «Что же делать?» В смысле, что же делать людям, когда они обнаружат это несоответствие и поймут, что в их жизни чего-то не хватает — денег, здоровья, счастья, любви или всех четырех пунктов — и неизвестно, как это заполучить, потому что никто их не научил?

Именно в этот момент на помощь приходит неформальное образование посредством книг, тренингов, конференций, индивидуальных

¹ В различных странах и по различным направлениям сроки подготовки бакалавров разнятся от 3 до 6 лет.

ВВЕДЕНИЕ

консультаций и/или коучинга от экспертов в конкретной области. Таким образом люди могут восполнить пробелы и получить те знания, которые от них «утаили» в официальных учебных заведениях.

В своих книгах и в работе с клиентами я рассматриваю две ключевые потребности:

1. **Улучшение ваших взаимоотношений с окружающими** — за счет обучения навыкам публичных выступлений, убеждения и межличностной коммуникации.
2. **Повышение уровня вашего дохода** — за счет обучения тому, как вести маркетинг, как договариваться, как продавать и как проводить деловые и коммерческие презентации.

У меня есть три хорошие новости.

Во-первых, в какой бы области жизни вы ни обнаружили пробел в знаниях, будь то любовь, романтические или иные взаимоотношения, деньги, маркетинг, здоровье, счастье и т. д., непременно найдется человек, который сможет вас просветить. Вам просто нужно пойти и отыскать своего учителя.

Во-вторых, если вы сами предоставляете услуги или производите товары, которые позволяют людям найти решение проблем в одной из четырех сфер — любви, деньгах, здоровье и счастье, — то есть если вы, например, коуч, бизнес-консультант, психотерапевт, семейный психолог, брокер, маркетолог и т. д., вы должны быть собой очень довольны.

Почему?

Потому что вы надлежащим образом восполняете реальные потребности значительной части людей, а значит, у вас много потенциальных клиентов. И до тех пор, пока формальные образовательные структуры будут продолжать игнорировать эти темы в учебных программах, **работы у вас будет предостаточно.**

Большинство из вас еще даже не начали использовать свои навыки маркетинга, деловой или финансовый потенциал в своей области знаний.

Третья хорошая новость состоит в том, что «**Библия продаж**», которую вы только что начали читать, призвана **сократить разрыв** между тем, что вам действительно нужно знать о продажах, маркетинге, убеждении, переговорах, презентациях и бизнесе в целом, и тем, чему вас учили в формальных учебных заведениях (если вы там учились), чтобы в полной мере раскрыть ваш потенциал и привести вас к наилучшим результатам.

Книга включает в себя **10 заповедей** — **10 принципов маркетинга и продаж**, — которые, если вы будете их придерживаться, изменят вашу жизнь следующим образом:

- значительно увеличат ваш доход, независимо от того, работаете ли вы по найму или на себя;
- значительно увеличат ваши шансы на успех в карьере, независимо от того, насколько высокую должность вы сейчас занимаете;
- значительно увеличат ваши шансы на успех в собственном бизнесе или компании, независимо от того, находитесь ли вы в начале делового пути или ваш бизнес существует уже много лет;
- значительно увеличат ваши шансы выйти на зарубежные рынки;
- значительно увеличат ваши шансы завязать успешные партнерские отношения;
- значительно увеличат узнаваемость вашего бренда, ваш профессиональный авторитет и статус.

Эти 10 принципов **универсальны**: они работают в любой стране, с любыми людьми, в любой сфере и на любом рынке. Уж поверьте мне, за 20 лет я испытал их на 4 континентах в ходе более чем 2500 тренингов и лекций, которые провел лично, на консультациях для более чем 1250 крупных компаний и организаций из самых разных сфер и в наставничестве для тысяч представителей малого и среднего бизнеса и наемных работников. Когда вы внедрите эти принципы (я буду великодушен — даже если вы примените на практике лишь несколько из них), люди будут больше **покупать** у вас, больше **говорить** о вас (разумеется, хорошее), чаще **выбирать** вас, больше

инвестировать в вас, больше **продвигать** вас, служить вашими лучшими амбассадорами и больше **любить** вас.

Я не ограничиваюсь одними лишь теоретическими изысканиями, хоть и опираюсь в своей работе на множество концепций и исследований. С начала 2000 годов я также изучаю маркетинг, сферу услуг, искусство убеждения и переговоров, продаж, публичных выступлений, риторики и презентации.

Помимо того, что я доктор философии¹, экономист, юрист, медиатор², риелтор и обладатель еще ряда заслуг, я люблю поработать «в поле» и проверяю на практике каждый инструмент и метод, о которых пишу и которые рекомендую. К слову, я занимаюсь продажами с 12 лет, с тех пор как продавал цветы на перекрестке города, где вырос.

Каждый совет и каждый инструмент, о котором вы прочтете в этой книге, **был опробован и протестирован** мной на моих клиентах и другими людьми бесчисленное количество раз, в чем вы убедитесь, читая на страницах этой книги истории со всех концов света.

Пожалуйста, читайте эту книгу так, словно я обращаюсь к вам в аудитории, где мы собрались для проведения лекции. Жирным шрифтом выделены слова, на которых я бы сделал акцент, выступая перед вами с трибуны. Надеюсь, вы меня слышите. Иногда я использую круглые скобки и даже многоточия... все это часть моей стратегии, которую я надеюсь донести до вас в этой книге.

Освоив эти инструменты, вы непременно добьетесь успеха как во всем, что связано с бизнесом, деньгами, доходами, продвижением бренда и развитием карьеры, так и во взаимоотношениях с семьей и друзьями, воспитании детей и во многом другом.

¹ Philosophiae Doctor (Ph. D., PhD), ученая степень, присуждаемая в США, большинстве стран Европы и в других странах мира за защиту докторской диссертации в какой-либо области науки; в России приравнивается к степени кандидата наук.

² Независимый посредник, которого привлекают для урегулирования споров или конфликтов.

Я убежден, что понятия «личное» и «профессиональное» неразрывно связаны, а успешные люди постоянно учатся и стремятся совершенствоваться во всех сферах. И поэтому они добиваются лучших результатов, чем большинство людей в мире.

Каждый эксперт — это еще и ученик. Не имеет значения, насколько велик ваш стаж и как богат ваш опыт. Если некоторые из изложенных здесь принципов покажутся вам знакомыми или общеизвестными, я настоятельно рекомендую отбросить то, что вы знаете (или думаете, что знаете), и углубиться в истории и примеры, чтобы понять, чего вы до сих пор не знаете или не делаете, и претворить это в жизнь. И прежде всего обратите внимание на мою уникальную точку зрения и на то, как я анализирую и воспринимаю вещи, включая глобальные и актуальные события, о которых все мы слышали.

В этой книге собраны 10 заповедей маркетинга, убеждения и продаж: это, на мой взгляд, наилучшие принципы и инструменты, доступные на сегодняшний день и, что самое главное, наиболее практически применимые и осуществимые, особенно в такую насыщенную, напряженную и конкурентную цифровую эпоху.

В конце каждой заповеди я привожу краткое изложение основных правил, касающихся того или иного принципа, для вашего удобства и для того, чтобы вам было легче применять и время от времени вспоминать эти принципы.

Я хочу **сократить время, которое потребуется вам на обучение.**

Я искренне хочу, чтобы вы **добились успеха в жизни и бизнесе.**

Для меня самое главное, чтобы книга вам **понравилась**, чтобы она показалась вам интересной, чтобы вы смеялись, чтобы в процессе чтения вы снова и снова говорили себе и другим: «Он совершенно прав...»

Приятного чтения!

Доктор Йанив Зауд
www.drpersuasion.com