

Съдържание

Въведение	3
Част I. Изкуството да продаваш	9
Глава 1. Не ви трябва карирано спортно сако	11
Продажбата — що е то?	11
Как се постигат ефективни продажби?	13
Телефонен маркетинг	14
Обикновената поща	14
Електронната поща	15
Интернет	16
Лично	18
С какво могат да ви помогнат търговските умения	18
Глава 2. Седемте стъпки на търговския цикъл	23
Първа стъпка: намиране на клиенти	24
Стъпка втора: контакт очи в очи	26
Трета стъпка: Оценяването	28
Четвърта стъпка: Презентацията	29
Пета стъпка: как да отговорим на притесненията на клиентите	30
Шеста стъпка: сключване на сделка	31
Седма стъпка: намиране на още клиенти	32
Глава 3. Да превърнем професията в хоби — всичко се крие в отноше-	
нието	33
Вгледайте се продължително и внимателно — доволни ли сте от работа-	
та си?	34
Какво разграничава работата от хобитата?	36
Отношението прави нещата различни	37
Емоционалната връзка осмисля нещата	39
Познание предизвикващо възхищение	40
Човек се учи докато е жив	40
Да приемаме леко продуктивните грешки	43
Да се подготвим за процеса на израстване: от какавида в пеперуда	44
Подсъзнателна некомпетентност	45
Съзнателно невежество	45
Съзнателна компетентност	48
Несъзнателна компетентност	48
Да ви харесва да продавате онова, което на вашите клиенти им харесва	
да купуват	49
Част II. Да си напишем домашното	51
Глава 4. Онова, което не знаете за клиентите си може да провали шан-	
совете ви за успех	53
Да разберем защо проучването е важно нещо	54
Стартиране от квота нула: да опознаем клиентите си изцяло	56
Работа с купувачи с различни типове темперамент	58
Купувач #1: Доверчивият Барт	59

Съдържание

Купувач#2: Фреди „безплатното“	59
Купувач#3: Поли „купуващата“	60
Купувач#4: Уклончивият Еди	60
Купувач#5: Хленчешият Грег	60
Купувач #6: Аналитичната Анна	61
Купувач #7: Деспотичната Дона	62
Купувач #8: Контролиращият Карл	62
Купувач #9: Циничната Синди	62
Да сме наясно с уникалните културни нужди	63
Да разберем имената правилно	64
Уговарянето на срещи	65
Как да представите визитката си?	65
Да проявяваме уважение към личното пространство	67
Срещите с и поздравяването на нови хора	67
Правене на презентации	68
Поднасянето на подаръци	68
Подходящите дрехи	70
Да се храним на публични места без притеснения	70
Как да отговаряме на страховете на клиентите си?	71
Страх от търговци	71
Страх от провал	72
Страх от задлъжняване	73
Страх от измама	74
Страх от злоупоставяне	74
Страх от неизвестността	75
Страх от повтарянето на стари грешки с подобни продукти или услуги	75
Страх, предизвикан от околните	76
Как да подбирате думите си внимателно?	76
Кои са най-добрите думи, които можете да използвате?	77
Използвайте само жаргонът, който познават клиентите ви	80
Как да изградим отличен речник	81
Как да изслушвате клиентите си?	85
Глава 5. Да познавате продукта си	87
Какво ви е нужно да знаете?	87
Как да се сдобие с нужната информация?	89
Разговорите с клиенти	91
Черпене на информация от колегите	91
Да отидеш направо при източника	92
Дръжте конкуренцията под око	93
Глава 6. Да се възползваме от новите технологии	95
Къде е вашето място в условията на „новата икономика“	96
Да оставим страховете настрана	96
Мотивирани за промяна	97
Да използваме технологиите така, че да направим живота си по-лесен, а не обратното	97
Използване на PowerPoint за вашите презентации	98

Информацията за връзка с клиентите и подходящите софтуерни програми за нейното съхраняване	99
Джаджите	101
Персоналните цифрови асистенти (PDA)	101
Мобилните телефони и смарт телефоните	102
Скенери за визитки	102
Да помогнете на клиентите си да ви намерят	103
Да планираме пътуванията си и да си намерим карта в Интернет	103
Част III. Анатомията на една продажба	105
Глава 7. Да намерите хората, които търсят онова, което имате вие	107
Да намерим златото — откъде да започнем	108
В търсене на потенциални клиенти сред приятелите и семейството	110
Да търсим на близо и далеч в този шарен свят	111
Да използваме помощта на специалистите	112
Да се възползваме от списъците изготвени от фирмата	113
Как да се възползваме от телефонните номера, пощенските адреси, е-мейлите и личните контакти с клиентите	113
Телемаркетингът	114
Обикновената поща	116
Е-мейлите	116
Срещите лице в лице	117
Да намерим точните хора — доказани маркетингови стратегии	118
Да „изкопаем“ хората, които вече познаваме	118
Да се доберете до вашите бизнес контакти	120
Да поговорим с търговците, от които купуваме в момента	121
Да обсъдим приключенията ви като клиент	122
Да извлечем полза от срока на годност	123
Да използваме списъка с клиенти най-рационално	125
Да се понесем на вълната на техническия напредък	125
Да прочетем вестника	127
Да опознаем колегите от отдела за поддръжка	128
Правилото за единият метър	129
Глава 8. Да си уговорим среща и да накараме клиентите ни да се чувстват комфортно	133
Свързване с потенциални клиенти — основни познания	134
Първо да говорим по телефона	135
Стъпка първа: поздравът	136
Стъпка втора: представянето	137
Стъпка трета: благодарностите	138
Стъпка четири: целта	138
Стъпка пета: срещата	140
Стъпка шеста: да изразим благодарност по телефона	141
Стъпка седма: благодарностите в писмен вид	143
Да се домогнем до човека, който взема решенията и който все ни се изплъзва	143
Господа, затегнете коланите: Първи сблъсъци с рецепционистката	144
На работа със асистентката на човека, който взема решенията	145

Съдържание

Повече изобретателност в опитите ни да се доберем до човека, който взема решенията.....	145
Да оставим добро първоначално впечатление	146
Облеклото на успеха	147
Да обръщаме внимание на езика на тялото	148
Установяването на отношения с клиентите	149
Как да накараме клиентите да ни харесват и да ни вярват?.....	151
Стъпка първа: усмихнете се широко	152
Стъпка втора: гледайте хората в очите	152
Стъпка трета: кажете „здравейте!“ (или нещо подобно).....	153
Стъпка четвърта: стиснете си ръцете	153
Стъпка пета: вашето име в замяна на тяхното име	154
Как да отговорят на потенциалните си клиенти при продажба на дребно?.....	156
Какво да казваме вместо „Мога ли да ви помогна?“	156
Да разчетем какви сигнали изпращат клиентите	157
Да намерим общото помежду си.....	158
Поддържайте неангажиращи разговори, но не забравяйте за какво сте дошли	159
Подчертайте нещата, с които се гордеят клиентите ви	160
Избягвайте противоречията	160
Движете се в крачка с клиента	161
Глава 9. Квалифициране на клиентите по пътя към успеха	163
Търговските съвети на един измачкан ТВ детектив	164
Не ставайте център на вниманието	165
Винаги си записвайте	165
Накарайте хората, на които задавате въпроси да се чувстват важни и значими	166
Задавайте обичайни и невинни въпроси	166
Вслушвайте се както във вербалните, така и в невербалните отговори	167
Да надграждаме върху отговорите, които получаваме	167
Не позволявайте въпросите ви да създават напрежение	168
Служете си с незастрашителен език и снизходителен тон	168
Кажете им, че ще поддържате връзка	169
Как да квалифицираме потенциалните си клиенти — да знаем и най-малката подробност	169
„С“ за „сега“	171
„Р“ за „радост“	171
„П“ за „промяна“	171
„Р“ като „решение“	172
„О“ за „отговори“	173
С въпроси към успеха	174
Да съберем подробностите	177
Възможността да се избира	178
Да обвържем клиентите си	179
Глава 10. Печеливши презентации	181
Да намерим яките играчи	182

IV

Побързайте или ще съжалявате	183
Почивайте на време, за да просперирайте	184
АБВ-ето на правенето на презентации	184
Да станем многоезични (дори да не сме такива в действителност)	185
Да разпознаваме знаците за ограничаване на скоростта	186
Използване на думи, които предполагат, че клиентът ви ще закупи вашия продукт	186
Да разшифроваме граматиката, синтаксиса и речника на човешкото тяло	187
Да не се притесняваме от изнасянето на презентации на големи разстояния	188
Да оставим продукта да е център на вниманието	190
Да се слезем от сцената	190
Да държим нещата под контрол	190
Да усъвършенстваме изкуството на визуалните средства	191
Да използвате визуалните помагала, които подсигурирява фирмата, в която работите	192
Да си направим собствени визуални пособия	193
Да демонстрираме продукта на клиентите си	194
Да избегнем пагубното развитие на презентациите	195
Разберете къде в стаята се намират контактите и как да ги стиг- нете	196
Гледайте визуалните ви пособия да са в ред	197
Изпробвайте всичко предварително	198
Доколкото ви е възможно, променяйте презентациите си за всеки отделен клиент	198
Носете предпазна подложка със себе си	199
Глава 11. Да посрещнем притесненията	201
Да разчетем знаците, които потенциалните клиенти ни изпращат	202
Няколко простички стратегии за това как да се справим с притесне- нията на клиентите	204
Напълно да заобиколим възраженията на потенциалните си кли- енти	205
Да помогнем на клиентите да разберат че заменят	205
С техните камъни по техните глави — да опровергаем възраженията на клиентите	206
Какво трябва и какво не трябва да се допуска при адресирането на притесненията на клиентите ви	209
Признайте легитимността на възражението	209
Накарайте потенциалният си клиент сам да отговори на въпроса си и да обясни притеснението си	209
Не спорете с потенциалните си клиенти	210
Не омаловажавайте притесненията на потенциалните си клиенти	211
Да се справим с възраженията в шест лесни стъпки	211
Стъпка първа: изслушайте ги	212
Стъпка втора: повторете или перифразирайте	213
Стъпка трета: поставете проблема под въпрос	213
Стъпка четвърта: отговорете на притеснението	213

Съдържание

Стъпка пет: потвърдете отговора си	214
Стъпка шеста: между другото... ..	214
Глава 12. Сключване на сделка	217
Да си признаем, че понякога единственото нещо, което трябва да направим е да попитаме	218
Дайте на клиента си възможност да избира	219
Погрешните заключения	220
Игра на таралежи	221
Използване на заключителни въпроси и становища	223
Сключване на устни договорки	224
Писмено споразумение	224
Сделка с хващане на вдицата	225
Сделка с помощта на авторитетна личност	228
Да превъзмогнем спънките и страховете на потенциалните ни клиенти	231
Да се поучим от Бенджамин Франклин*	232
Да преминем през незначителните пречки към желязното последно възражение	236
Как да отговорим на „Прекалено е скъпо“	237
Да направим проблемният разход смешен	238
Индиректните сравнения	238
Позоваване на подобна ситуация	239
Отбелязване на ефекта на конкуренцията	240
Глава 13. Да се сдобием с нови клиенти, препоръчани от настоящите ни такива	243
От къде и кога се появяват рефералите	244
От къде да намерим реферали	245
От семейството и приятелите	245
Чрез създаване на връзки	245
От доволни клиенти	246
Чрез публични изяви или образователни програми	247
Когато намерите реферали	248
Седемте стъпки към рефералите	249
Стъпка първа: помогнете на клиентите си да се сетят за определени хора, които познават	249
Стъпка втора: запишете имената на рефералите	250
Стъпка трета: задайте квалифициращи въпроси за тях	250
Стъпка четвърта: помолете за адресите и телефонните им номера	251
Стъпка пета: използвайте телефонния указател, за да намерите информацията, която ви е нужна	251
Стъпка шеста: помолете клиентът да им се обади и да ви уговори среща с тях	252
Стъпка седма: попитайте дали можете да споменете името му когато се свържете с рефералите, които ви е дал	252
Как да си уговаряме срещи с рефералите	252

Част IV. Разрастване на бизнеса	257
Глава 14. Да поддържаме връзка с клиента	259
Да знаем кога (и с кого) да поддържаме допълнителна връзка	260
Как да осъществяваме последващи контакти с клиентите	262
Телефонът	262
Директната поща	264
Електронната поща	266
Да запомним колко за важни благодарствените бележки	266
Да извлечем максималното от последващите контакти с клиентите	271
Внушителен работен график	271
Измерване на вашия коефициент на досадност	272
Да проследяваме успеха	275
Глава 15. Да използваме интернет за осъществяването на повече продажби	277
Положителното въздействие на интернет върху търговската професия	278
По-добре от вестник	278
По-добро от устната реклама	278
По-добре отколкото да налучквате	279
Да се възползваме от предимствата на интернет	280
В търсене на клиенти онлайн	280
Презентации и продажби онлайн	281
Изнасяне на презентации от разстояние	282
Телемаркетинг с най-добрите	283
Във връзка с клиента	283
Глава 16. Как да планираме времето си ефективно?	285
Не пилейте времето си, инвестирайте го	286
Да отделим време, за да планираме времето си	288
Незабавни дейности	288
Вторичните дейности	289
Относително маловажни задачи	290
Спешните случаи	291
Сърфиране по вълната на времето	292
Да разследваме миналото	292
Да анализираме днешния ден	293
Да открием утрешния ден	295
Да знаем кога и къде трябва да планираме	297
Да организираме работното си място	298
Нека само незабавните задачи са на бюрото ви	298
Накарайте времето да работи за вас	298
Да постъпваме мъдро с телефонните обаждания	299
Да избегнем най-честите капани на времето	300
В отчаяно търсене на онова, което не би трябвало да сме изгубили	300
Да не успяваме да си свършваме работата от първия път	300
Протакането	301
Ненужните и излишно дълги телефонни разговори	301
Провеждането на излишни или ненужно дълги срещи	302

Съдържание

Ходенето с клиенти на обяд, който продължава два или повече часа	302
Отрицателното мислене	303
Непотвърдените срещи	303
Телевизията	304
Да се справим с прекъсванията	305
Част V. Не можете да ги спечелите всичките	307
Глава 17. Да се справим с провалите и отказите	309
Да разберем какво ни мотивира	310
Парите	310
Сигурността	311
Постиженията	312
Признанието	312
Да бъдем приети от останалите	313
Да се приемем такива каквито сме	313
Да разберем кои са нещата, които ни обезкуражават	314
Загуба на чувството за сигурност	315
Съмнението в самите нас	315
Страхът от провал	316
Промяната	316
Да преодолеем неуспехите	318
Неуспехът като опитност	318
Погледнете на провала като на отрицателното мнение, което ви трябва, за да смените посоката си	319
Неуспехите като начин да развиее чувството си за хумор	320
Неуспехите като възможност да практикувате научените техники и да се усъвършенствате в работата си	320
Неуспехът като играта, която трябва задължително да изиграете, за да спечелите	321
Глава 18. Да си поставим цели, за да сме винаги съсредоточени	323
Да си поставим реалистични и ефективни цели	324
Да разделим големите цели на по-малки части	325
Дългосрочните цели	325
Средно големите цели	326
Краткосрочните цели	326
Да си запишем поставените цели	327
Какво да правим когато постигнем целите си?	329
Част VI. Частта на десетте	335
Глава 19. Десетте най-големи грешки в търговията	337
Неразбиране на продажбите	337
Очакването, че нещата сами ще се оправят	338
Твърде много говорене и недостатъчно слушане	338
Използване на думи, които съсипват продажбата	339
Неяснота по отношение на това кога трябва да се сключи сделката	340
Неяснота по отношение това как се сключва сделка	340
Липса на искреност	341
Пренебрегване на подробностите	341

VIII

Загуба на активност	342
Не поддържане на връзка с клиентите	342
Глава 20. Десет начина да подобрите продажбите си	343
Подгответе се	343
Да направим добро впечатление още от самото начало	344
Да определим бързо дали можем да помогнем на клиента или не	344
Изнесавайте презентациите си на 110%	344
Да отговаряме напълно на притесненията и въпросите на клиентите	344
Потвърждавайте всичко	345
Попитайте какво е решението на клиента ви	345
Да кажем на потенциалните си клиенти за другите	345
Работете постоянно	346
Бъдете продукт на продукта	346
Глава 21. Десет начина за овладяване на търговското изкуство	347
Превърнете се в откривател	347
Да имаме реалистични очаквания	348
Бъдете широкоскроени и приветствайте промените	349
Упражнявайте, изпълнявайте и критикувайте новите си умения	350
Персонализирайте новите си търговски умения	351
Бъдете дисциплинирани	352
Оценете резултатите	352
Водете си дневник на постигнатите успехи	353
Учете се от всяка търговска ситуация	354
Поемете ангажимент	355
Глава 22. Десетте качества на истинския професионалист	357
Изгарящи от желание да докажат нещо на някого	357
Искрен интерес към другите	358
Увереност и сила	358
Разбиране към хората, на които служат	358
Съсредоточени върху целта	358
Способност да се придържа към ежедневните си планове	358
Етусазирани и в трудните мигове	359
Положително отношение	359
Хората са се появили преди парите	359
Инвестират в умовете си	359
Глава 23. Десет майсторски сделки	361
Ще ми се да бях...	361
Продуктивен за бизнеса	361
Най-добрите неща в живота	362
Не-то	362
Загубената продажба	363
Добрата ми стара майчица	363
Законът на десетте	364
Разкаянieto на купувача	365
Не е заложено в бюджета	365
Вземайте го	366