

Вик Орлов

АНГЕЛЫ НЕ ТОРГУЮТСЯ...

Невероятные секреты жесткой продажи

книга четвертая

Москва, 2013

Издательство Nobel Press

УДК 334
ББК 65.05
О 66

О 66 Орлов, Виктор
Ангелы не торгуются... Невероятные секреты жесткой продажи. В 4-х книгах: Книга 4 / Вик Орлов — М.: Издательство Nobel Press, 2013. — 106 с.

ISBN 978-5-458-75555-9

Задача этой удивительной и экстремально циничной книги, написанной сильнейшим профессионалом в технологиях влияния - вбить осиновый кол в самое сердце ваших неудач с потенциальными покупателями.

Поняв принципы и методы, лежащие в основе подлинной жесткой продажи, вы перестанете надевать сто презервативов, прежде чем вступить в интимный контакт с вашим клиентом.

И тогда ваши продажи возрастут...

И не на 5-10 процентов, а, минимум, в 3 - 4 раза.

Это ПЕРВАЯ В МИРЕ книга, посвященная систематическому изложению ключевых секретов величайшего искусства продавать жестко и гарантированно!

ISBN 978-5-458-75555-9

© Вик Орлов, 2013

© Издательство Nobel Press, 2013

Содержание

Гайки и болты 5

Косяки общения 25

**Жесткая продажа
и принципы самоорганизации 45**

Мозги даны немногим... 57

**Бритва Оккама или на хрена
козе баян? 58**

Без пяти минут финал... 82

**Основные правила жесткой
продажи 85**

За пределами курятника... 92

Что делать дальше? 104

Гайки и болты

Вчера я долго смотрел в зеркало и постепенно осознавал: ни хера никакая я не Мать Тереза — нет у меня в глазах и в мыслях щемящего гуманизма и божественного сострадания к лентяям, разгильдяям и нытикам...

Ибо люблю я людей эффективных и профессиональных.

Продажами в том или ином смысле мы занимаемся всю нашу жизнь...

Не обязательно при этом стоять за прилавком, тыцкая пальцами в кнопки кассового аппарата.

Продажей может быть попытка убедить вашего дитяню в том, что дергать кошку за хвост и

тащить в рот веник — не самая прогрессивная идея.

Или ею может быть стремление «продать» супруге (или супругу) наивную мысль о супружеской верности.

Не суть...

Как бы там ни было, у наблюдательного человека порой возникает занятная мысль: продавцы — это бедолаги, чья жизнь похожа на постоянное участие в сериале «Восставшие из Ада» — настолько враждебным и недружелюбным контекстом они окружены...

Их крови жаждут начальство, конкуренты, клиенты...

Не знаю, как насчет боссов и конкурентов, но клиентов можно понять — в век рекламного бомбометания и маркетингового недержания среднестатистический потребитель ежедневно подвергается грандиозному выносу мозга сотнями рекламных щитов, телемаркетингом,

листовками, радио-телерекламой, спамом и обнаженными тетками с притворно-оргастичными физиономиями...

Поэтому, будь вы хоть киоскер, хоть менеджер по продажам, хоть шаман астролог, вам не уйти от следующего факта:

«Те методы обучения продажам, которые были вчера — уже не применимы сегодня»

Это не означает, что надо менять сами методы продаж.

Это означает, что пора избавляться от неэффективных тренеров, курсов и книг по продажам...

Поэтому, прежде чем влезть в очередную тренинговую авантюру, задумайтесь — не кладете ли вы свою голову на гильотину...

Жизнь — не то место, где вам выдают халявные патроны, и вы можете бесконечно развлекаться пальбой по хомячкам...

За все нужно платить...

Поэтому ниже я даю небольшой, но очень практичный (и проверенный годами) список под названием: «Хрень собачья», чтобы вам проще было разобраться с тем или иным тренингом или курсом по продажам.

Определение:

«Хрень собачья» — это ложное убеждение, которое пытаются внушить бизнес-тренеры и авторы книг по продажам своей пастве.

Каждый раз, когда вы в блаженном трансе вываливаетесь с очередного тренинга по продажам, вы отравлены ложным снадобьем, которое необходимо вывести из организма как можно быстрее!

О какой отраве идет речь?

Хрень Собачья #1:

**«Чтобы успешно продавать необходимо
быть очень мотивированным»**

Возьмем дебила и начнем сильно его мотивировать...

Что мы получим в итоге?

Правильно...

Сильно Мотивированного Дебила...

Хуже продавца-идиота может быть только мотивированный продавец-идиот.

А такого идиота-продавца создает в свою очередь начальник-Буратино, прошедший пяток «лидерских тренингов», на которых его накачали идеей: «Вы все — гениальные лидеры», после чего он стал управленческим зомби и отныне реагирует на любые проблемы фразой: «Ребята! Давайте сплотимся все, как один!»

В самой идее того, что все мы лидеры нет ничего плохого.

Плохо, когда этой идеей подменяется знание технологии.

Представьте себе, что идет хирургическая операция, и в самый ответственный момент хирург вдруг говорит: «Ребята! Дела больного хреновы... Нам надо мужественно улыбнуться и сказать себе: «Все наши беды кончились!», а потом мы все отправимся на «веревочный тренинг» для сплочения коллектива вокруг этой проблемы».

Сильная мотивация сама по себе малины, конечно, не испортит — но как практика жесткой продажи вас должно заботить — насколько высоко качество того, что вы собираетесь продать бедняге-клиенту.

Хорошо известен афоризм:

«Ничто так быстро не губит плохой продукт, как хорошая реклама».