

Оглавление

Предисловие	5
Зачем нужны приемы заключения сделки?	7
Общий план заключения сделки	13
Глава 1. Сбор информации о клиенте	19
Невербальное общение в работе менеджера по сбыту	20
Зачем продавцу слушать клиента? Что интересного он может сообщить?	58
Глава 2. Презентация товара	67
Обращение к выгоде клиента – универсальный прием убеждения	68
Переформулирование свойств товара в выгоду для клиента	78
Глава 3. Работа с сомнениями клиента и завершение сделки	131
Восемь правил работы с сомнениями клиента	137
Завершение сделки	148
Глава 4. Работа с конфликтным клиентом	153
Неэффективные приемы реагирования на критику	157
Приемы эффективного реагирования на критику	164
Как справиться с собственным раздражением?	169
Глава 5. Типы клиентов	175
Мыслительный тип	177
Чувствующий тип	179

Решающий тип	181
Воспринимающий тип.	182
Глава 6. Особенности работы с корпоративным клиентом.	189
Цели и задачи клиента. Актуальная ситуация клиента.	194
Корпоративная культура клиента.	196
Предложения конкурентов	203
Глава 7. Холодный звонок	207
Холодный звонок – это сложно	207
Ошибки продавца	209
Холодный звонок – сделка в миниатюре.	211
Хорошая подготовка – залог увеличения количества встреч	214
Определяем сегмент.	215
Портрет типового представителя сегмента	217
Свой человек	219
Использование информации о клиенте	220
Предварительный сбор информации о клиенте.	222
Сбор информации в процессе холодного звонка.	224
Вопросы при телефонном звонке	226
Приемы убеждения при холодном звонке.	228
Работа с сомнениями при холодном звонке	229
Глава 8. Как повысить уверенность в себе	233
Отношение к работе	234
Отношение к клиентам.	240
Отношение к телу.	249
Отношение к себе	254
Заключение	263
Литература.	267