

УДК 658.8
ББК 65.290-2
Г79

Гребенюк, Михаил Сергеевич.

Г79 Гениальные скрипты продаж : как завоевать лояльность клиентов.
10 шагов к удвоению продаж / Михаил Гребенюк. — Москва : Эксмо,
2020. — 192 с. : ил. — (Бизнес. Как это работает в России).

ISBN 978-5-04-112599-8

Руководство для менеджеров по продажам и их руководителей.

Поможет написать собственные скрипты продаж и продавать больше, намного больше.

Продажи ради продаж давно не работают. Нужно уметь заражать идеей себя, сотрудников, клиентов.

Нужно закрывать свои жизненные цели за счет опыта продаж.

Специалист по продажам сам определяет размер заработка и свой уровень жизни вне зависимости от обстоятельств и кризиса.

Стань продающим менеджером и имей спрос даже в разгар кризиса!

Продажи — это ваш ключ к стабильности.

УДК 658.8
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-04-112599-8

© Текст. Гребенюк М., 2020
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
ГЛАВА 1. ЧТО ТАКОЕ ПРОДАЖИ	9
Работа за комиссионные	15
Увеличение объема работы = рост комиссионных	20
Что отличает крутых менеджеров от посредственных	24
Вы любитель или профессионал?	29
ГЛАВА 2. ЛИЧНЫЕ ФИНАНСЫ	37
Самая главная продажа в жизни	44
Как одежда влияет на настрой	48
Семь правил отличного настроения	51
Приходите раньше, уходите позже	60
Воронка продаж и КЭВ	62
Offer	68
ГЛАВА 3. КАКИЕ БЫВАЮТ ЭТАПЫ ПРОДАЖ	73
Установление контакта	79
Техника программирования	89
Квалификация	92
Сбор фактов	102

Презентация	115
Предзакрытие	126
Закрытие	134
Отработка возражений	143
Дожим клиентов и точки касания	158
ГЛАВА 4. ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ	167
Правила эффективного отдыха	169
Тренировки	171
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	177
УКАЗАТЕЛЬ	181

ВВЕДЕНИЕ

Вы держите в руках книгу, которая написана для менеджеров по продажам, жаждущих быстрых побед, развития и большого дохода.

Если вы хотите совершить в своей жизни прорыв, о каком ваши сверстники и не мечтали, — просто следуйте изложенным в ней советам. Все они написаны «кровью и потом» сотен продавцов, которых мне пришлось обучать по характеру своей работы.

Успех продавца состоит из трех важнейших вещей:

- МОТИВАЦИЯ
- МЫШЛЕНИЕ
- ТЕХНОЛОГИИ

В этой книге вы найдете практические инструменты не только для «взрыва» своей мотивации, но и для сохранения ее на высочайшем уровне.

Книга поможет вам изменить мышление: чтобы на переговорах вы интуитивно принимали верные решения, приводили аргументы, нужные именно в конкретной ситуации, и — побеждали.

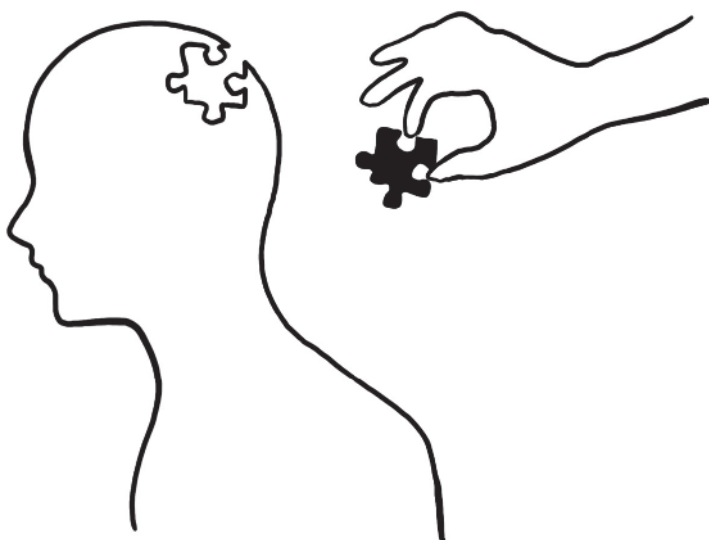
Кроме того, здесь собраны фишки, трюки и лайфхаки продавцов — не старая, заезженная, олдскульная информация из серии: «Давайте подумаем вместе», а реально рабочие инструменты, которые и по сей день я сам активно применяю в своей работе. В общем, я очень рад, что вы начинаете этот путь. Вперед!

ГЛАВА 1

ЧТО ТАКОЕ ПРОДАЖИ

Первым делом разберемся, что такое продажи в принципе.

Для этого есть определение, которое мне очень нравится: «Продажи — это способность делать так, чтобы люди принимали убеждения, которые вам нужны».



Иными словами — способность убеждать людей в чем-либо. Причем продажей можно называть не только тот случай, когда вы продаете клиентам какие-то продукты своей компании или услуги.

Продажи — абсолютно повсюду, даже когда вы, например, «продаете» своей девушке, супруге или мужу идею: пойти вместе в кинотеатр на тот или иной фильм.

ГЛАВА 1

Например, у нас с женой постоянно идут споры, на какой фильм мы отправимся: на приключенческий, на историческую драму или на семейную комедию.

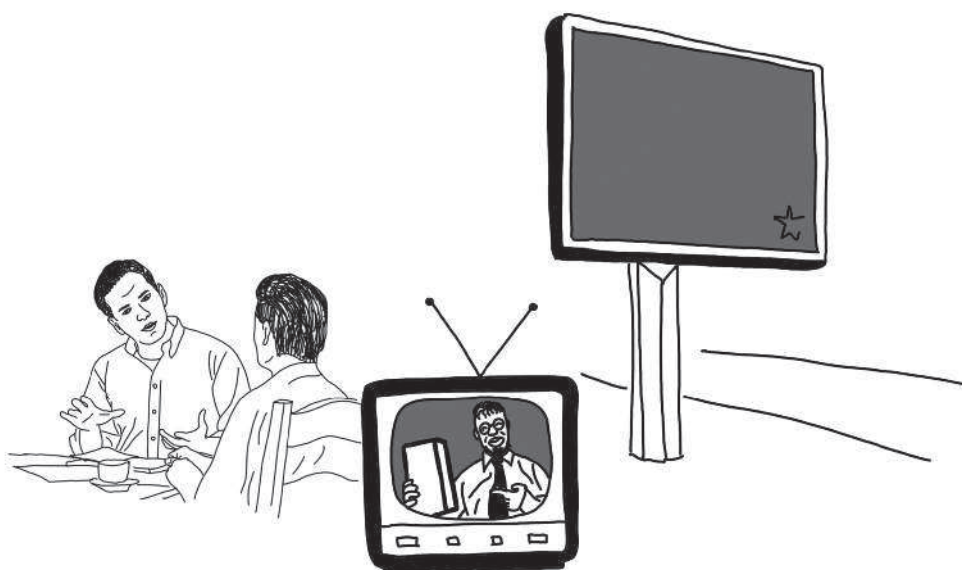
И мне удается доказать ей, почему в этот раз лучше выбрать некий ознакомительный исторический фильм (я по образованию — учитель истории, и мне это интересно).

Когда вы убеждаете своего ребенка в том, что ему стóит хорошо учиться и внимательно слушать учителя в школе, потому что это повлияет на его дальнейшую жизнь, карьеру и доход, это — тоже продажа.

Когда вы советуете своим родителям, как им лучше вести жизнь на пенсии или куда поехать в отпуск, обсуждаете, где они будут жить или где вы будете жить вместе, это — тоже продажи.

И конечно же, продажами мы можем назвать все инструменты маркетинга: когда по телевизору показывают рекламу какого-то товара, когда вы слушаете радио, едете по городу и встречаете на его улицах билборды — все это тоже продажи.

Проще говоря, маркетологи или продавцы пытаются убедить вас в каких-то нужных им идеях. И для этого есть специальные техники и инструменты, про которые вы как раз и узнаете в этой книге.



Для того, чтобы вы эффективно продавали, нужно очень четко следовать технологиям. Потому что соблюдение технологий — именно то, что позволяет добиваться максимальных результатов.

Это как в спорте. Скажем, если вы занимаетесь плаванием, то можете быть очень активным пловцом, но, не обладая техникой, конечно же, не придете к финишу первым. А можно тратить гораздо меньше сил, но быть очень эффективным, потому что вы делаете грамотный гребок, правильно вытягиваетесь из воды и благодаря этому достигаете первого места гораздо быстрее, чем конкуренты.

Так что ваша задача понять и принять прямо сейчас, что продажи — в первую очередь про «думать», а не про «делать».

Это не о количестве попыток, когда мы названиваем клиентам, как сумасшедшие. А как раз-таки о том, насколько вы способны следовать определенным технологиям и алгоритмам, которые мы и будем с вами здесь изучать и тренировать.

«Продажи — это способность делать так, чтобы люди принимали убеждения, которые вам нужны».

Чтобы вы поняли откуда я это все знаю, скажу пару слов о себе. Я являюсь владельцем компании «Grebenuk Resulting», которая уже больше шести лет выстраивает отделы продаж в России.

К 2019 году мы построили более 140 отделов продаж: и в сегменте B2B, и в сегменте B2C. За свою карьеру я провел собеседования не менее, чем с тысячей продавцов, сам работал менеджером в этой области, постепенно вырос в руководителя отдела продаж, потом стал коммерческим директором и наконец основал свой бизнес.

В моей компании тоже есть отдел продаж, и при желании вы можете прийти в наш московский офис и записаться на экскурсию. С удовольствием покажу всю нашу компанию и расскажу, как мы работаем.

Так что весь опыт, который я хочу передать вам со страниц книги — не теоретический и не книжный. Это лично мой опыт, моя боль, ошибки, вынесенные из собственной жизни и практики. Куча расторгнутых контрактов и недожатых клиентов, разочарований и недостигнутых целей. Словом, и горести, и радости, которыми полон любой бизнес. Здесь же я постарался собрать для вас то, что реально работает и влияет на деньги.

Поэтому — следуйте алгоритмам и старайтесь записывать возникающие по ходу чтения идеи и выводы. В идеале будет самым правильным, если вы прямо сейчас заведете для себя специальную рабочую тетрадь или отдельный файл в смартфоне.

Кстати, в данный момент я делаю не что иное как продаю вам идею — читать внимательно эту книгу. И если вы будете следовать всем этим алгоритмам, то добьетесь отличного результата.

Продажи — это способность донести свои идеи до людей.

А теперь выполним **первое упражнение**.

Упражнение № 1: возьмите листок бумаги (или откройте свою рабочую тетрадь) и вспомните три разных случая из своей жизни, когда вам удавалось в чем-то убедить людей. Причем необязательно, чтобы они были связаны с деньгами. Это могут быть более или менее стандартные ситуации, когда вы реально «продали» какую-то идею. Опишите эти три события и подумайте о них. Вспомните, как это происходило, как вы добивались цели, какие этапы проходили в общении с людьми, какие вопросы задавали. Просто вспомните эти ситуации сейчас — в будущем они нам пригодятся.

ДАЖЕ ЕСЛИ ВЫ, НАПРИМЕР, ЧИНОВНИК, ВАМ ВСЕ РАВНО НУЖНО «ПРОДАВАТЬ» СВОИ ИДЕИ, А В ПОЛИТИКЕ УЖ ТЕМ БОЛЕЕ. ТАК ЧТО ПРОДАЖИ — ПОТЯСАЮЩИЙ ОПЫТ.

Работа за комиссионные

Продажи — это работа за комиссионные. В принципе, есть два типа деятельности в зависимости от характера вознаграждения:

— РАБОТА ЗА ОКЛАД (ИЛИ FIX)

— РАБОТА ЗА КОМИССИОННЫЕ

К сожалению, в России пока очень немного людей, понимающих, какие возможности и преимущества может дать работа за комиссионные. Надеюсь, мне удастся убедить вас взглянуть на вопрос по-другому.

Давайте подумаем, а что такое вообще — комиссионные? На самом деле комиссионные — какой-то бонус за выполненные работы. Это бонус за результат. И комиссионными тут могут быть не только деньги.

Да, деньги — самый распространенный и понятный тип комиссионных, но бонусом может стать, например, авторитет среди коллег или в глазах руководства. Или, скажем, будущее повышение по службе. Либо вознаграждение, на первый взгляд, менее очевидное: целевые и горячие заявки, лиды, которые передают менеджеру, который хорошо работает с клиентами. А раз так, значит, вы экономите время и силы на новые сделки.

Более того, своего рода «комиссионным вознаграждением» может быть уважение, энергия, ваш настрой, уровень счастья и удовлетворенность работой — именно так.