



## Рецензия

*Поиск клиентов — корень, основа, сердце каждой успешной продажи. «Фанатичные продажи» — компиляция поисковых стратегий Джеба Блаунта, одного из самых успешных менеджеров по продажам этого десятилетия, и он дает ответы на все вопросы по привлечению новых клиентов.*

*Методы и концепции из данной книги — не обычные размышления обитателя башни из слоновой кости или университетского профессора, а пошаговое руководство по каждому аспекту привлечения клиентов в эпоху Интернета.*

*Джеб Блаунт объясняет основные принципы поиска с помощью сторителлинга, который буквально заставит вас делать заметки на полях и приводить свои планы в действие. Независимо от того, говорит ли он о «правиле 30 дней» или о разнице между «золотыми» и «платиновыми» часами, он основывает свое руководство на личном опыте — понятном и близком каждому. Такие простые вещи, как «Четыре цели поиска», действуют в продажах в любой отрасли и при любых масштабах.*

*Визуальные карты «пяти шагов» из этой книги для поиска клиентов с помощью телефона и голосовой почты, а также личного поиска, будут полезны на протяжении всей вашей карьеры в продажах и управлении. Рекомендую купить эту книгу в двух экземплярах: один для чтения, а другой — для записи, рисования, выделения и заметок на полях. Потому что она действительно очень мощная.*

Майлс Остин, [FillTheFunnel.com](http://FillTheFunnel.com)



*Посвящается Бобу Блакуэллу*



## Оглавление

Вступление .....	11
Глава 1. <b>ОДИН КЕЙС В ПОЛЬЗУ ПОИСКА КЛИЕНТОВ</b> .....	14
Глава 2. <b>СЕМЬ ОБРАЗОВ МЫСЛИ ФАНАТИЧНОГО ИСКАТЕЛЯ</b> .....	24
Глава 3. <b>ЗВОНИТЬ ИЛИ НЕ ЗВОНИТЬ?</b> .....	28
Глава 4. <b>МЕТОДИКА СБАЛАНСИРОВАННОГО ПОИСКА</b> .....	35
Глава 5. <b>ЧЕМ БОЛЬШЕ ИЩЕТЕ, ТЕМ БОЛЬШЕ ВАМ ВЕЗЕТ</b> ....	41
Глава 6. <b>ПОМНИТЕ О ЦИФРАХ</b> .....	53
Глава 7. <b>ТРИ «П», КОТОРЫЕ ВАС СДЕРЖИВАЮТ</b> .....	58
Глава 8. <b>ВРЕМЯ</b> .....	66
Глава 9. <b>ЧЕТЫРЕ ЦЕЛИ ПЕРЕГОВОРОВ</b> .....	91
Глава 10. <b>ПОСТРОЕНИЕ ПИРАМИДЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ</b> ....	106
Глава 11. <b>ВЛАДЕЙТЕ СВОЕЙ БАЗОЙ ДАННЫХ</b> .....	115
Глава 12. <b>ЗАКОН УЗНАВАЕМОСТИ</b> .....	120
Глава 13. <b>ПРОДАЖИ В СОЦСЕТЯХ</b> .....	130
Глава 14. <b>СООБЩЕНИЕ ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ</b> .....	162
Глава 15. <b>ПРЕВОСХОДСТВО ТЕЛЕФОННОГО ПОИСКА</b> .....	188
Глава 16. <b>КАК ОТДЕЛАТЬСЯ ОТ РЕФЛЕКТОРНЫХ РЕАКЦИЙ, ОТМАЗОК И ВОЗРАЖЕНИЙ</b> .....	217

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 17. <b>ТАЙНАЯ ЖИЗНЬ ПРИВРАТНИКОВ</b> .....	234
Глава 18. <b>ЛИЧНЫЙ ПОИСК</b> .....	243
Глава 19. <b>ПОИСК ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ</b> .....	258
Глава 20. <b>СМС</b> .....	284
Глава 21. <b>РАЗВИТИЕ СТРЕССОУСТОЙЧИВОСТИ</b> .....	295
Глава 22. <b>ДЕВЯТЬ СЛОВ, ИЗМЕНИВШИХ МОЮ ЖИЗНЬ</b> .....	317
Глава 23. <b>ЕДИНСТВЕННЫЙ ВОПРОС, КОТОРЫЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ</b> .....	319
Благодарности .....	324
Об авторе .....	327
Алфавитный указатель .....	330

## Вступление

Закон Вселенной: ничего не начнет происходить, пока что-нибудь не сдвинется с места. Закон бизнеса: ничего не начнет происходить, пока кто-нибудь что-нибудь не продаст.

*Джеб Блаунт*

Я 25 лет надеялся на появление такой книги, как «Фанатичные продажи». Но никогда еще столь мощное послание не было нам так необходимо, как сейчас.

Словно настоящий пророк, Джеб Блаунт смело указывает на ложь новомодных «экспертов по продажам», чьи смертоносные советы сбивают с толку продавцов и руководителей. Эти эксперты проповедуют всем, кто их слушает, будто бы привлечение клиентов — активное исследование — больше не работает. Что особенно опасно в их ложных учениях: именно это и хочет услышать начинающий продавец. Зачем трудиться и самостоятельно привлекать новых клиентов, если «гуру» снял его с крючка и говорит, что все это «устарело» и «больше не работает»? Зачем отказывать себе в постоянном общении со смартфоном, если можно часами сидеть в Twitter, убивать время на увлекательные игры или посты в LinkedIn?

Правда же, как красноречиво заявляет Джеб, заключается в том, что в продажах нет никакой «волшебной кнопки». Никакого универсального оружия или секретного соуса. Ни один инструмент продаж, трюк или некий колдовской новый подход не гарантирует наполнения воронки. Что бы нам ни говорили продавцы Koool-Aid в соцсетях и их новые маркетинговые кампании, на самом деле, лучшие производители и суперзвезды продаж — фанатичные искатели, которые берут на себя личную ответственность за открытие новых путей продаж.



## ВСТУПЛЕНИЕ

Когда отдел продаж не может добиться успеха или реализовать свой потенциал, то не потому, что продавцы плохо рассказывают о товаре, неэффективны или не обладают навыками для интересных предложений и сложных исследований. Столь же редко неудачи случаются из-за недостатка таланта.

Причина, по которой большинство организаций продаж не достигает нужных показателей, таится в том, что их воронка не действует, ибо команда не ищет клиентов.

Привлечение клиентов не только до сих пор отлично работает — это еще и самый быстрый и эффективный способ сделать именно то, что обещает подзаголовок этой книги: подвести клиента к покупке и наполнить воронку!

Джеб Блаунт знает толк в поиске клиентов. Он — признанный авторитет в этом вопросе, потому что был звездой, продавцом-рекордсменом и руководителем отдела продаж, прежде чем создать собственную, невероятно успешную компанию по обучению продажам и управлению талантами. Сегодня он обучает целые отделы, помогая им улучшить производительность, и каждый год обращается к сотням компаний по всему миру, которые хотят услышать его вдохновляющие советы о том, что нужно сделать для достижения максимальной производительности в кратчайшие сроки.

В своей книге он не оставляет ни одного вопроса без ответа и ничего не утаивает. Он делится тем, зачем нужен поиск и как конкретно его проводить.

Новые продажи — кровь, текущая по жилам бизнеса. Нет ничего важнее, чем обеспечение встреч, презентаций и телефонных разговоров с потенциальным клиентом. Поэтому «Фанатичные продажи» — самая важная книга из написанных на эту тему.

Если вы руководитель отдела продаж или продавец, ищущий помощи в привлечении новых клиентов, эта книга — для вас. Но имейте в виду: как только вы прочтете «Фанатичные продажи», у вас больше не будет оправданий. Джеб предоставляет полное

## ВСТУПЛЕНИЕ

руководство по быстрому увеличению продаж — от понимания того, как и почему стоит прервать общение с потенциальным клиентом, до ревностной охраны драгоценных «золотых» часов продаж. Здесь вы найдете практические, мощные советы по использованию всех средств (соцсети, электронная почта, звонки, СМС, нетворкинг, рефералы, личный поиск), доступных для начала разговора о продаже и для привлечения новых клиентов.

Если вы взяли в руки эту книгу, потому что еще не искали клиентов для нового бизнеса или стараетесь добиться нужных показателей — мои поздравления. Обещаю — если будете следовать всем советам Джеба, ваши результаты значительно улучшатся. Ну, а если давно уверены в пользе поиска клиентов, книга выведет вашу игру на совершенно новый уровень.

*Майк Вайнберг, тренер «The New Sales»  
и автор книги «New Sales. Simplified».*

## Глава 1

# ОДИН КЕЙС В ПОЛЬЗУ ПОИСКА КЛИЕНТОВ

Продавцы бывают плохими, посредственными, хорошими, стабильными, а бывают — суперзвездами. Компании и торговые организации тратят миллиарды долларов, чтобы найти, нанять, удержать и развить неуловимые таланты — тот самый заветный топ-20%, который делает 80% продаж.

Суперзвезды зарабатывают больше всех и уносят домой всевозможные комиссии и бонусы. Они получают поездки, призы и признание, которого так недостает остальным участникам гонки.

Среди суперзвезд не бывает однодневок. Они добиваются своих целей из года в год и, как правило, остаются на вершине очень долго.

Суперзвезды хороши в продажах, талантливы, квалифицированы. Они конкурентоспособны и драйвовые. Понимают, как управлять процессом продаж, задавать ключевые вопросы, создавать выигрышные презентации и закрывать сделки. У них хорошая смекалка, высокий эмоциональный интеллект и образ мыслей, нацеленный на победу.

Но вот в чем дело: ведь почти то же самое можно сказать и про очень многих других продавцов. Большинство менеджеров по продажам — драйвовые и голодные до успеха. Очень многие из них умны, талантливы, квалифицированы и образованны. Они так же конкурентоспособны, понимают процесс продаж и знают, как задавать вопросы бизнесу. Однако тем не менее до уровня суперзвезд не дотягивают.

Именно поэтому продавцы и их руководители вечно чешут в затылке, спрашивая себя: как же топ-20% умудряется из года в год достигать таких высоких результатов? И именно по этой причине:

- HR-менеджеры разочаровываются, когда их сложные и дорогостоящие схемы найма оказываются не столь пророческими, как хотелось бы, когда дело касается отдела продаж.
- Легионы академиков топчутся на месте в поисках Святого Грааля<sup>1</sup> продаж, который, как они думают, должен волшебным образом превращать любого продавца в лучшего из лучших, а владельцы корпораций с удовольствием проглатывают их обещания в обертке очередного «хита сезона».
- Руководители отделов продаж гоняются за каждой модной новинкой и отчаянно цепляются за экспертов, выигравших последние ежегодные конкурсы красоты «все-в-продажах-изменилось», — в надежде реанимировать свои командные процессы.
- Многие продавцы и предприниматели жаждут узнать секрет получения стабильного дохода через реальный, длительный успех в продажах, но этот секрет всегда представляется им недостижимым.

## **Настоящий секрет длительного успеха в продажах**

Путь к восхождению на уровень суперзвезд в продажах предельно прост. Прост, но, замечу, отнюдь не тривиален. Это «парадокс основ»: истина, настолько очевидная, что стала практически невидимой. Истина, которая остается удручающе

---

<sup>1</sup> Святой Грааль — загадочный христианский артефакт, обретенный и утерянный. Выражение употребляется в переносном смысле — как обозначение заветной цели, недостижимой или труднодостижимой.