



Дневник

Аккаунт-менеджера

Дмитрий Раннев

Дмитрий Раннев

Дневник аккаунт-менеджера

«Издательские решения»

Раннев Д.

Дневник аккаунт-менеджера / Д. Раннев — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-934161-7

Продавец — это профессия. В России не было школы продаж, в отличие от западных стран. В школе нас не учили выступать на публике и делать презентации, а без этого сейчас не заработать много денег. Продавать грамотно, выстраивая и рассчитывая каждый шаг на пути к контракту, — это истинное удовольствие и кропотливый труд. Желаю успешных продаж!

ISBN 978-5-44-934161-7

© Раннев Д.
© Издательские решения

Содержание

Введение, или О чём это я?	6
Глава 1. Всё в розовом цвете	7
Глава 2. Welcome on board!	8
Глава 3. Как?	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

Дневник аккаунт-менеджера

Дмитрий Раннев

© Дмитрий Раннев, 2018

ISBN 978-5-4493-4161-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

«Мне кажется, очень хороший и проработанный материал. Очень интересно читать и полезно, всё по делу. Я уверен, что этот инструмент очень своевременен и полезен. Мало кто понимает на самом деле, кто такой Account Manager» (Игорь Рызов, бизнес-тренер).

Введение, или О чём это я?

Приветствую вас, мой читатель! Я рад, что вы держите данную книгу в руках, ведь впереди у вас интересное будущее. Осмелюсь предположить, что вы либо уже захвачены лихорадкой продаж, либо ещё только мечтаете о них. И в том, и в другом случае вам предстоит разобраться в хитростях профессии Аккаунт-менеджера. Ведь данная книга написана в стиле краткой инструкции именно для начинающих Аккаунт-менеджеров или начинающих продавцов. У меня не было таких подсказок, хотя я их активно искал, и поэтому я вам немножечко завидую. Все истории не вымышленные, а очень даже правдивые, так как это именно мои истории. Наши истории всегда заканчиваются либо с положительным, либо с отрицательным опытом. В любом случае, возможно, мой опыт позволит вам или не совершать ошибок, или проверить их экспериментальным путём.

Эта книга для меня. Создавая её, я старался также разобраться в тонкостях профессии Аккаунт-менеджера, так как всё, что мы делаем для себя, получается более-менее стоящим. Учёные говорят, что 10% информации люди запоминают, когда читают книгу, и 90%, когда получают знания на практике. Формируя свою историю и книгу, я ещё раз взглянул на некоторые моменты с другой стороны.

Приятного чтения и удачных продаж!
Дмитрий Раннев

Глава 1. Всё в розовом цвете

Наконец-то! Наконец я дождался приглашения на поистине настоящую работу. Работу, от которой меня будет переть, река которой вынесет меня в океан возможностей, и я стану главным капитаном корабля под названием Sales. Так я думал 18 октября 2013 года...

Итак, начинаем разбираться по порядку. О чём эта книга? Эта книга про сложные продажи. Под словом «сложные» я подразумеваю продажи, состоящие более чем из одного этапа. При этом вы можете продавать как высокотехнологичные технологии, так и услуги и сервисы. Для кого эта книга? В основном эта книга для тех счастливицков, кто намерен уйти в продажи в ближайшее время, но не знает, с чего начать, и не знает, что это за профессия. Зачем я её написал? Для себя. Ведь всё, что мы делаем для себя, получается более-менее стоящим.

Глава 2. Welcome on board!

Так мне сказал мой новый boss и похлопал меня по плечу, провожая из своего кабинета для экскурсии по новому для меня офису.

Итак, мне 32 года, я живу в Москве и я полон желания заработать (из к/ф «Волк с Уолл-стрит»).

19 октября я пришёл в офис компании, получил список клиентов, наставления старшего менеджера по продажам и стал работать. Точнее, стал думать над тем, что мне теперь делать-то с этим. Сразу хочу сказать, что понимание того, что я буду продавать, у меня было очень-очень поверхностным. У меня также отсутствовало специальное профильное образование для этой сферы. Это был минус. Был опыт работы в сфере нефтяной промышленности. Это был плюс. В продажах ведь главное, думал я, не то, что продавать, а как. Красиво преподнести, думал я, я сумею. Но как это продавать? Список программного обеспечения с разным функционалом длиной в 300 позиций. Как? Это как, я вас спрашиваю?

Глава 3. Как?

Даже не так. Понимаешь, как делать, есть желание улучшить то, что делают другие. Осталось теперь это сделать. Пошли первые встречи, общение, энтертэймент. Да, это самые интересные вещи. Но как оказалось, мои уважаемые клиенты всё это уже ели и знают все недостатки лучше меня. «Вот ведь, – подумал я. – Мы же самые-самые. „Красные“ – лучше всех!» На что в ответ я слышу: «Ваши конкуренты уже нам продали аналогичные решения. Больше не надо». Всё. Провал. И это те компании, которые должны мне приносить деньги, мои комиссионные. Или такой ответ: «Это очень дорого и это не для нас!» Что тут скажешь. Но об этом позже.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.