



**МАСТЕРСТВО ПРОДАЖ:
СЕКРЕТЫ ЗАКЛЮЧЕНИЯ
ВЫГОДНЫХ СДЕЛОК**

КАМЕНСКИХ СВЕТЛАНА

Светлана Каменских
Мастерство продаж: секреты
заключения выгодных сделок

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69912781

ISBN 9785006078109

Аннотация

Эта книга – настольный справочник для всех, кто стремится стать профессионалом в области продаж. В ней собраны лучшие практические советы и стратегии от ведущих экспертов. Вы узнаете, как налаживать контакт с клиентом, выявлять его потребности, преодолевать возражения и заключать выгодные сделки. Овладейте искусством убеждения, научитесь «зажигать» в людях желание купить ваш товар. Эта книга поможет вам добиться впечатляющих результатов в продажах и полюбить свою работу.

Содержание

Введение	5
Глава 1 «Психология продаж»	6
5 ключевых идей главы	13
Глава 2 «Подготовка к встрече с клиентом»	14
5 КЛЮЧЕВЫХ ИДЕЙ ГЛАВЫ	20
Глава 3 «Установление контакта»	21
Самое важное для установления контакта	24
Глава 4 «Выявление потребностей»	25
Резюмируем ключевые моменты	28
Глава 5 «Презентация товара»	29
Конец ознакомительного фрагмента.	32

Мастерство продаж: секреты заключения выгодных сделок

Светлана Каменских

© Светлана Каменских, 2023

ISBN 978-5-0060-7810-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Дорогой читатель!

Когда-нибудь вам приходилось чувствовать себя беспомощным перед лицом сложного клиента, не зная, как его убедить совершить покупку? Или вы выходили из переговоров с ощущением, что упустили выгодную сделку? Если да, то эта книга – для вас.

Я сама прошла путь от рядового продавца до руководителя отдела продаж. И знаю, как трудно постичь это искусство. Но мастерство продаж поддается тренировке, нужно лишь знать правильные инструменты.

В этой книге я открою вам секреты профессиональных продавцов. Вы узнаете, как наладить контакт с самым требовательным покупателем, как выявить его истинные потребности, преодолеть все возражения и заключить сделку на максимально выгодных условиях.

Я поделюсь техниками эффективных продаж, которые помогут вам стать настоящим мастером убеждения. Вы полюбите процесс продаж, когда почувствуете свою силу и научитесь получать удовольствие от каждого разговора с клиентом.

Присоединяйтесь ко мне, и вместе мы пройдем путь от новичка до профессионала в продажах. Я раскрою все секреты этого увлекательного ремесла. Приступим?

Глава 1 «Психология продаж»

Дорогой читатель! Начнем с самого важного – психологии продаж. Ведь это, прежде всего, искусство общения между людьми. Чтобы стать по-настоящему эффективным, нужно разбираться в тонкостях психологии и уметь найти подход к каждому клиенту.

В этой главе я подробно расскажу:

- Как психологические особенности влияют на поведение человека
- Как определить тип личности и выстроить правильную коммуникацию
- Приемы, которые помогут расположить к себе собеседника
- Как вести себя в стрессовых ситуациях и конфликтах
- Как мотивировать даже самого сложного клиента на покупку

Я поделюсь конкретными психологическими техниками и стратегиями, которые позволят вам с легкостью находить общий язык с самыми разными людьми и добиваться взаимопонимания. Готовы овладеть искусством общения и продаж? Тогда вперед, за знаниями!

Важно помнить, что каждый человек абсолютно уникален и имеет свои неповторимые психологические особенности. От того, насколько точно вам удастся определить характер

вашего собеседника, его мотивы и движущие силы, будет зависеть успех всего разговора и достижение взаимовыгодного результата. Давайте разберем основные психологические факторы, которые влияют на поведение и принятие решений у разных типов личностей:

– Темперамент. Флегматики от природы спокойны и устойчивы, их сложно вывести из равновесия. А вот холерики – вспыльчивы и резки в словах и действиях, склонны принимать решения под влиянием эмоций. Очень важно учитывать особенности темперамента при построении коммуникации.

– Экстраверсия или интроверсия. Экстравертам нужны яркие эмоции, общение, они легко заводят новые знакомства. Интроверты, наоборот, ценят личное пространство и уединение, предпочитают меньше говорить и больше слушать.

– Уровень интеллекта. Клиенты с высоким IQ больше прислушиваются к логическим доводам и фактам. Те, чей интеллект развит слабее, легче поддаются влиянию эмоций и ярких образов.

Например, продавая страховку человеку с высоким IQ, имеет смысл опираться на цифры, статистику, расчеты рисков и преимуществ. А клиенту со средним интеллектом лучше приводить запоминающиеся примеры и истории, чтобы влиять и на эмоции тоже.

– Самооценка. Люди с заниженной самооценкой обычно

неуверенны, пассивны, ищут одобрения. Те, кто себя переоценивает, наоборот, излишне категоричны и не принимают критику. Адекватная самооценка помогает объективно смотреть на вещи.

– Ценности и мотивация. Что движет человеком в жизни? Деньги, статус, власть, самореализация? Если понять мотивы клиента, можно найти ключ к его сердцу.

И так далее. Давайте подробно разберем все значимые нюансы, чтобы вы смогли составить полное представление о психологических факторах продаж.

Как же определить, к какому типу личности относится ваш собеседник? Обращайте внимание на мимику и жесты человека, скорость и громкость его речи, выбор слов, стиль одежды, манеру держаться – и со временем вы начнете мгновенно распознавать, с кем имеете дело. А пока можете воспользоваться следующими полезными приемами:

– Задавайте косвенные и открытые вопросы, чтобы вывести человека на искренний разговор о себе, своих интересах и предпочтениях. Люди любят говорить о своем любимом «я».

– Внимательно наблюдайте за невербальными сигналами собеседника: его позой, мимикой, жестикуляцией. Они многое скажут об этом человеке.

– Осторожно предложите пройти какой-нибудь психологический тест в игровой форме (например, угадать цвет или фигуру) – и потом дружески обсудите результаты. Это тоже

может дать полезную информацию.

– Особо прислушивайтесь к тому, какими словами и выражениями пользуется ваш собеседник, как описывает различные ситуации. Это многое подскажет о его взглядах, привычках и особенностях мышления.

– Постарайтесь на минутку мысленно «примерить на себя» образ этого человека. Эмпатия и умение посмотреть на вещи чужими глазами творят чудеса в понимании людей!

Когда вы научитесь быстро и точно считывать характер собеседника, общение и продажи пойдут намного проще и эффективнее. Вы будете знать, какие психологические «кнопки» нажимать в каждом конкретном случае, чтобы вызвать доверие, симпатию и заинтересованность человека.

Давайте теперь разберем основные приемы и техники, которые помогут вам расположить к себе практически любого собеседника:

– Чаще называйте человека по имени, людям это всегда приятно.

– Улыбайтесь во время разговора, поддерживайте визуальный контакт. Искренняя доброжелательность располагает к себе с первых секунд.

– Применяйте технику отзеркаливания: повторяйте жесты, позу и мимику собеседника. Такая невербальная подстройка подсознательно усиливает его доверие.

– Используйте искренние комплименты – к месту и с чувством меры. Лесть и лицемерие чувствуются сразу, а вот

уместное признание достоинств человека льстит ему.

– Обязательно рассказывайте о каких-то общих интересах, увлечениях, жизненном опыте. Любые точки соприкосновения сближают.

– Активно задавайте открытые вопросы и внимательно слушайте ответы. Людям всегда приятно поделиться о себе с заинтересованным собеседником.

– Чаще используйте слово «мы», а не «я» и «вы». Это подсознательно создает ощущение общности ваших интересов и целей.

– Сохраняйте позитивный и жизнерадостный настрой. Эмоции заразительны, и хорошее настроение передается собеседнику.

– Всем своим видом показывайте, что вы очень цените мнение этого человека. Лесть не прокатит, а вот искреннее уважение порождает ответное доверие.

– Постарайтесь найти какие-то общие жизненные принципы, убеждения, ценности. Такая глубинная схожесть сближает как ничто другое.

Эффективно комбинируя эти и другие приемы психологического влияния, вы сможете выстраивать по-настоящему доверительные отношения с самыми разными клиентами. А теперь перейдем к более сложным ситуациям.

Любому профессиональному продавцу приходится сталкиваться с возражениями, скепсисом, а порой и откровенной агрессией со стороны отдельных клиентов. Как себя вести

в таких непростых ситуациях? Вот несколько действенных советов:

– Главное правило – не принимайте нападки на свой счет. Собеседник сердится на ситуацию, а не на вас лично. Сохраняйте внутреннее спокойствие.

– Выслушивайте человека внимательно, не перебивая и не вставляя реплик. Дайте ему полностью выговориться и «выпустить пар».

– Кратко, спокойным тоном повторите суть претензий собеседника, уточните детали, чтобы показать: вы слушаете и понимаете его чувства.

– Вежливо выразите свое понимание сложившейся ситуации и искреннюю готовность найти конструктивное решение проблемы, если она действительно имеет место.

– Постарайтесь найти точки соприкосновения ваших позиций, чтобы перевести разговор в конструктивное русло сотрудничества.

– Спокойно и уверенно предложите несколько вариантов решения проблемы, на которые вы готовы пойти навстречу клиенту.

– Проявите гибкость и стремление к компромиссу ради конечного положительного результата для обеих сторон. Умение идти на уступки ценится.

– Завершите разговор на позитивной ноте, поблагодарив собеседника за откровенность и понимание. Это разрядит обстановку.

Такая тактика позволит вам перевести даже самый горячий спор в конструктивное русло и сохранить хорошие отношения с клиентом. А в некоторых случаях даже укрепить их! Главное – действовать с уважением к человеку и искренним стремлением разрешить проблему.

Ну а для завершения сделки вам нужно мотивировать клиента на положительное решение. Как же это сделать максимально эффективно?

– Четко обозначьте, какую конкретную выгоду, преимущества и результат принесет человеку покупка вашего продукта или услуги. Апеллируйте к его интересам.

– Приведите убедительные факты, цифры, статистику, отзывы – все то, что действует на логику и разум человека.

– Используйте яркие метафоры и образы.

5 ключевых идей главы

- Изучайте психологические особенности клиентов, чтобы выстраивать эффективную коммуникацию.
- Определяйте тип личности по вербальным и невербальным сигналам.
- Используйте приемы, которые помогут расположить к себе собеседника.
- Умейте конструктивно разрешать конфликты и споры.
- Мотивируйте клиента на покупку, апеллируя к выгодам и эмоциям.

Глава 2 «Подготовка к встрече с клиентом»

Дорогой читатель! В предыдущей главе мы разобрали основы психологии и построения эффективной коммуникации. А теперь давайте перейдем к более практичным вещам и поговорим о том, как правильно готовиться к личной встрече с клиентом.

В этой главе речь пойдет о:

- Как собрать максимум информации о клиенте
- Как спланировать структуру и сценарий встречи
- Как подготовиться к ответам на возражения
- Как выбрать правильный стиль и тон общения
- Как создать позитивный настрой перед встречей

Я поделюсь конкретными советами и лайфхаками по подготовке, которые помогут вам чувствовать себя уверенно и комфортно на любой встрече с клиентом. Готовы действовать на опережение и идти к цели с полной готовностью? Тогда начинаем!

Для начала давайте разберем, как вы можете заранее узнать как можно больше полезной информации о предстоящей встрече и о самом клиенте. Это поможет вам правильно настроиться и выбрать верную тактику.

Вот основные способы сбора информации о клиенте:

– Попросите коллег дать вам любые имеющиеся сведения о человеке из вашей клиентской базы.

– Изучите профиль и активность клиента в соцсетях и на профессиональных площадках.

– Поищите упоминания компании клиента в новостях и отраслевых обзорах. Это поможет понять специфику бизнеса.

– Если вы уже общались, вспомните предыдущие разговоры. Какая информация была полезна?

– Уточните у клиента или организатора встречи ее цели, повестку, дресс-код.

– Подумайте, что можно узнать из разговора по дороге к месту встречи.

Чем больше полезных данных удастся собрать, тем легче будет найти подход к человеку. Но не забывайте соблюдать этику и работать только с открытыми источниками информации.

Следующий важный этап – спланировать структуру и сценарий предстоящей встречи. Рекомендую придерживаться такого плана:

– Установление контакта и небольшая беседа на отвлеченные темы, чтобы снять напряжение.

– Выяснение потребностей, целей клиента. Дайте ему рассказать о себе и своих запросах.

– Презентация вашего предложения с акцентом на решении его задач.

– Работа с возможными возражениями, ответы на вопросы.

– Обсуждение деталей сотрудничества и завершение встречи.

Распланируйте ориентировочное время на каждый этап и продумайте переходы между ними. Гибко реагируйте по ситуации, но следуйте общей структуре.

Отдельно стоит подготовиться к возможным возражениям клиента. Составьте список самых распространенных из них и продумайте варианты ответов. Например:

Возражение: Слишком дорого! Ответ: Давайте посмотрим, какие возможности есть по оптимизации стоимости...

Возражение: Нам это не подходит Ответ: Я понимаю ваши опасения. Давайте я расскажу, как мы помогли другим клиентам решить похожие задачи...

И так далее. Качественная подготовка ответов сэкономит вам много сил на встрече.

Не менее важно определиться со стилем и тоном общения. Вот несколько правил:

– Речь должна быть позитивной. Избегайте негативных формулировок.

– Говорите простым и понятным языком, объясняйте сложные вещи доступно.

– Используйте открытые вопросы, дайте клиенту высказаться.

– Улыбайтесь и поддерживайте визуальный контакт.

– Будьте искренне доброжелательны и позитивно настроены. Эмоции заразительны.

– Говорите комплименты и выражайте заинтересованность в сотрудничестве.

Тон разговора должен быть доверительным и заинтересованным, без навязчивости. Человек должен чувствовать, что его слышат и понимают.

И последний важный момент подготовки к встрече – это создание правильного позитивного настроения. Рекомендую такие опробованные способы:

– Послушайте любимую музыку, которая заряжает энергией и радостью.

– Прогуляйтесь на свежем воздухе, сделайте легкую зарядку. Физическая активность бодрит.

– Повторяйте про себя аффирмации типа: «Я полон энергии и уверенности!»

– Вспомните случаи, когда у вас все получалось. Это придаст уверенности.

– Улыбайтесь, даже если не хочется. Улыбка рождает хорошее настроение.

– Представьте позитивный исход встречи. Визуализация воплощает мечты.

Зарядите себя позитивом – и успеха вам обеспечен! Теперь давайте по порядку разберем практические действия непосредственно перед встречей.

За день до встречи:

– Соберите доступную информацию о клиенте и проанализируйте ее.

– Спланируйте структуру беседы и основные тезисы выступления.

– Подготовьте ответы на возможные возражения.

– Продумайте стиль общения, выберите позитивный и уверенный настрой.

За 1—2 часа до встречи:

– Соберите необходимые материалы для презентации.

– Проведите легкую разминку, примите душ, смените обстановку. Это освежит мозг.

– Послушайте вдохновляющую музыку, повторите аффирмации.

– Визуализируйте позитивный исход встречи. Представьте радость от результата.

Перед самой встречей:

– Сделайте несколько глубоких вдохов и выдохов, чтобы успокоиться.

– Улыбнитесь, вспомните приятные события.

– Повторите про себя: «Я полон уверенности и энтузиазма!»

– Зайдите в помещение за 5 минут до назначенного времени, чтобы настроиться.

Следуя этим простым, но действенным рекомендациям, вы будете чувствовать себя максимально уверенно и комфортно на любой встрече. А когда вы в тонусе, и клиенту

гораздо приятнее иметь с вами дело.

5 КЛЮЧЕВЫХ ИДЕЙ ГЛАВЫ

- Соберите максимум полезной информации о предстоящей встрече и клиенте.
- Спланируйте структуру беседы и подготовьте ответы на возможные возражения.
- Выберите позитивный стиль общения и определите тон беседы.
- Создайте у себя рабочий настрой с помощью музыки, аффирмаций, визуализации.
- Непосредственно перед встречей выполните релаксационные техники для снятия волнения.

Теперь вы знаете все нюансы профессиональной подготовки к переговорам. Уверена, эти знания помогут вам чувствовать себя еще увереннее и станут залогом успеха на встречах с клиентами. Двигаемся дальше?

Глава 3 «Установление контакта»

Дорогой читатель! Мы уже выяснили, как подготовиться к встрече с клиентом. Теперь поговорим о том, как правильно начать разговор и установить продуктивный контакт.

В этой главе речь пойдет о:

- Как создать положительный настрой при знакомстве
- Как найти общие точки соприкосновения
- Как вызвать интерес и расположение с первых минут
- Как задавать правильные вопросы для разговора
- Как распознать сигналы заинтересованности и доверия

Я поделюсь конкретными советами и техниками, которые помогут вам с самого начала выстраивать продуктивный диалог с клиентом. Итак, начинаем!

Первое впечатление часто бывает решающим. Поэтому очень важно с самого начала задать позитивный, доброжелательный тон общения. Для этого рекомендую:

- Приветливо улыбнуться и тепло поприветствовать человека, назвав его по имени.
- Пожать руку средней силы и длительности, поддерживая зрительный контакт.
- Сказать комплимент, отметив, например, профессионализм или пунктуальность клиента.
- Коротко объяснить цель встречи и выразить благодарность за уделенное время.

– Предложить чай, кофе или воду, чтобы собеседник чувствовал себя комфортно.

Такое дружелюбное начало расположит клиента к дальнейшему конструктивному диалогу.

Дальше важно найти «точки соприкосновения» – то, в чем вы схожи, что вас объединяет. Это может быть все, что угодно:

- Общие знакомые или место работы/учебы
- Совпадающие интересы и хобби
- Обсуждение актуальных новостей и событий
- Вопросы о семье, детях, отпуске на отвлеченные темы
- Даже погода или пробки на дорогах могут стать темой для непринужденного диалога.

Главное – искренне интересуйтесь собеседником и поддерживайте беседу на позитиве. Так вы быстро сможете создать доверительную атмосферу.

Затем следует переход к деловой части разговора. Начните с открытых вопросов, чтобы дать клиенту возможность рассказать о себе и своих потребностях:

- Расскажите, пожалуйста, о вашей компании. Чем вы занимаетесь?
- Какие цели вы хотите достичь с моей помощью? Какие задачи решить?
- С какими основными трудностями или проблемами вы сталкиваетесь в работе?
- Что для вас является наиболее важным при выборе

партнера?

Такой стиль общения позволит получить полезную информацию и выявить реальные потребности человека уже на первой встрече.

Очень важно уметь распознавать сигналы, которые говорят об успешном контакте с клиентом. Признаки заинтересованности и доверия:

- Визуальный контакт, клиент смотрит в глаза
- Заинтересованные вопросы о вас и ваших услугах
- Активная жестикуляция и вовлеченная поза
- Улыбка и реакция на юмор
- Схожие темп и громкость речи с вашими
- Использование местоимения «мы» вместо «вы»
- Открытое обсуждение деталей и нюансов
- Приглашение продолжить общение в будущем

Если клиент демонстрирует такие сигналы, значит, контакт установлен! Теперь можно переходить к презентации вашего предложения.

Самое важное для установления контакта

- Создайте дружественную атмосферу приветствием и комплиментом.
 - Найдите общие интересы и темы для непринужденной беседы.
 - Задавайте открытые вопросы, чтобы дать собеседнику рассказать о себе и своих целях.
 - Распознавайте вербальные и невербальные сигналы заинтересованности клиента.
 - Как только почувствовали взаимопонимание, плавно переходите к деловой части разговора.
- С этими советами вы сможете легко завоевать доверие и расположение любого собеседника уже на первой встрече. А это залог дальнейшего плодотворного сотрудничества.

Глава 4 «Выявление потребностей»

Дорогой читатель! Мы уже разобрали, как установить первый контакт с клиентом. Теперь поговорим о том, как правильно выявить его реальные потребности и запросы. Это ключевой момент, от которого зависит вся дальнейшая работа.

В этой главе я расскажу:

– Как задавать открытые вопросы для выявления потребностей

– Какие типы потребностей бывают у клиентов

– Как различать истинные и ложные потребности

– Как выяснить мотивы и опасения клиента

– Как составить профиль потребностей клиента

Я поделюсь конкретными методами и техниками, которые позволят вам как можно полнее выявить запросы клиента уже на первой встрече. Готовы? Тогда приступим!

Какие вопросы стоит задавать клиенту, чтобы понять его потребности? Вот несколько работающих типов:

– Расскажите, чем именно вы занимаетесь? Какие у вас цели и задачи?

– Какие трудности или проблемы возникают в вашей работе? Что мешает двигаться вперед?

– Что для вас является приоритетом при выборе партнера или услуги? Почему это важно?

– Как бы вы хотели, чтобы я помог (ла) вам? Какой результат хотели бы получить?

– Что вас смущает или останавливает при принятии решения о работе со мной?

Такие открытые, направляющие вопросы стимулируют клиента подробно рассказать о своих насущных задачах и запросах. Не перебивайте, внимательно слушайте.

Какие бывают типы потребностей у клиентов? Рассмотрим основные:

- Функциональные – что-то делать быстрее/качественнее
- Экономические – снизить затраты, повысить прибыль
- Технологические – внедрить новые технологии, модернизироваться

- Имиджевые – повысить узнаваемость, улучшить репутацию

- Социальные – решить HR вопросы, улучшить соцпакет
- Психологические – снизить стресс, повысить лояльность
- И так далее. Выясните, потребности какого типа стоят для клиента на первом месте.

Очень важно различать истинные и ложные потребности. Истинные – объективно необходимы клиенту. Ложные – это преубеждения, страхи и заблуждения.

Например, клиент просит срочно сделать сайт. На самом деле ему нужно simply повысить продажи. Сайт – лишь средство, а не цель. Помогите расставить приоритеты.

Для выявления мотивов полезно задавать вопрос «Поче-

му это важно для вас?». Продолжайте уточнять до самой сути. А чтобы понять опасения, спросите: «Что вас смущает в решении этого вопроса?» Их тоже важно обсудить.

Когда вы соберете всю информацию о клиенте, составьте его профиль потребностей. В него должно войти:

- Краткое описание деятельности клиента
- Его цели и задачи
- Основные проблемы и болевые точки
- Виды потребностей в приоритетном порядке
- Мотивы, побуждающие к покупке вашего продукта
- Опасения, которые могут удерживать от принятия решения

Такой профиль поможет вам предложить максимально персонализированное решение, которое будет соответствовать реальным запросам клиента.

Резюмируем ключевые моменты

- Задавайте открытые и уточняющие вопросы, чтобы выявить потребности.
- Определите, потребности какого типа стоят для клиента на первом месте.
- Различайте истинные потребности и ложные предубеждения.
- Выясните мотивы и опасения клиента при принятии решения.
- Составьте полный профиль потребностей для персонализированного решения.

Уверена, эти советы помогут вам глубоко проникнуть в запросы клиента уже на первой встрече. А это ключ к долгосрочному взаимовыгодному сотрудничеству. Двигаемся дальше?

Глава 5 «Презентация товара»

Дорогой читатель! Мы уже разобрали, как правильно выявить потребности клиента. А теперь поговорим о том, как эффективно презентовать свое торговое предложение. От этого напрямую зависит заинтересованность клиента и шансы на успех.

В этой главе речь пойдет о:

- Как подготовить убедительную презентацию
- Как заинтересовать клиента уникальностью предложения
- Какие техники презентации наиболее эффективны
- Как отвечать на возникающие вопросы и возражения
- Как мотивировать клиента на положительное решение

Я поделюсь конкретными советами и лайфхаками, которые помогут вам выделиться на фоне конкурентов и убедить клиента в преимуществах вашего товара или услуги. Итак, приступим!

Для начала давайте разберем, как эффективно подготовить презентацию товара. Вот основные рекомендации:

- Структурируйте выступление – введение, основная часть, заключение
- Акцентируйте внимание на решении конкретных задач клиента
- Используйте наглядные материалы – схемы, графики,

образцы

- Приводите яркие примеры и истории успеха
- Ставьте риторические вопросы, вовлекайте аудиторию

в диалог

– Избегайте перегрузки сложными техническими деталями

- Отведите время на вопросы и обработку возражений
- Завершите выступление призывом к действию, мотивируйте на решение

Такая структура и техники презентации позволят донести максимум полезной информации и убедить клиента в пользу вашего предложения.

Для привлечения внимания важно с самого начала акцентировать уникальность вашего торгового предложения. Подчеркивайте, чем именно вы отличаетесь от конкурентов и можете быть полезны клиенту.

Например: «В отличие от других, мы предлагаем полный комплекс услуг под ключ, экономя ваше время».

Или: «Наше преимущество в индивидуальном подходе к каждому клиенту и гибких условиях сотрудничества».

Подкрепляйте слова конкретными фактами, статистикой, отзывами – это повысит убедительность.

Эффективные техники презентации товара:

- Демонстрация образцов и возможности опробовать товар – это создает интерес.
- Истории успеха конкретных клиентов – социальное до-

казательство работает.

- Сравнение с известными аналогами по ключевым параметрам – наглядность убеждает.

- Обещание конкретных выгод при использовании товара – это мотивирует.

- Прогнозирование положительного результата для клиента – визуализация вдохновляет.

- Указание на ограниченное время или количество товара – стимулирует решиться.

Грамотное сочетание разных техник презентации позволит максимально заинтересовать аудиторию.

В ходе презентации важно быть готовым к возникающим у клиента вопросам и возражениям. Вот как эффективно на них реагировать:

- Внимательно выслушать и уточнить суть вопроса/возражения.

- Поблагодарить клиента за важное замечание, показать заинтересованность.

- Дать развернутый ответ, подкрепив фактами, или предложить решение проблемы.

- Перевести обсуждение в позитивное русло, сделав акцент на преимуществах товара.

- При затруднении предложить вернуться к вопросу после презентации или на следующей встрече.

Так вы сохраните инициативу и контроль над презентацией.

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.