

# Владимир Якуба

Продажи. Команда. Лидерство



## ДОЖИМ КЛИЕНТА: 28 способов продавать день в день

### КОНКУРЕНТНАЯ РАЗВЕДКА

Почему не удается продать с первого раза? Две дороги перед стартом «дожима». Техника бенчмаркинга. Таблица исследования конкурентов. 3-шаговая модель анализа конкурента: вопросы, невидимка, e-mail. Анализ корректности.

**Реалити-практикум:** Звонок конкуренту, «вытягивание информации», анализ применяемых манипуляций.

### КЛИЕНТСКИЙ АНАЛИЗ

Обход «людей фильтров». 3-х минутный сбор информации о поставщиках и клиентах. 4 источника получения данных: сотрудники, кандидаты, соц. сети, СМИ. ЯП-метод. «Пацаки» и «Чатлане» – 2-шаговая модель продаж. Техника преодоления барьеров. Секрет 25-го слухового кадра. Принцип ПВО в продажах: «Свой-чужой». 7 легенд вытягивания информации у секретаря: «В лоб», «Письмо», «Забыл» и т.д.

**Реалити-практикум:** Звонок клиенту, «переговоры с секретарем».

### ПОВТОРНЫЙ ЗВОНОК

Работа в «негативной среде». Настроиться, собраться, узнать больше и другие ненужные отговорки самому себе. Нейтрализация страха методом А. Емельяненко. Два страха, одно желание и генетическая память – корни страха. Опасность или страх – «терминология мозга».

### SALES-SCRIPT/ СКРИПТЫ ПРОДАЖ

Телефонный дожим. 6 вариантов для старта sales-script. Метод «КПД 100»: Контакт, Продажа, Договоренность. 2 универсальных скрипта продаж. Как продолжать диалог даже если клиенту «неудобно» говорить. Правило 30 секунд. Как показать настойчивость вместо навязчивости. Инфоповод. Методы, позволяющие делать 2,3,4 и т.д. уместный звонок клиенту без лишнего напряжения: «Дата», «Экспертность», «Новость», «Новые факты» и др. Техника завершения диалога с возможностью позвонить всегда и получать «да»!

**Реалити-практикум:** Повторный звонок трудному клиенту со сцены и в группах.

### ВОЗРАЖЕНИЯ И ОТГОВОРКИ

2 универсальных подхода: ДДП и тройной структурный метод «Паркера». Работа с ценой. Способы обработки возражений: «Я подумаю», «Ничего нового», «Это дорого», «Поговорим об этом через неделю (год)», «Отправьте на e-mail», «Нам ничего не нужно», «У нас есть поставщик», «У меня нет времени для встречи», «Перезвоните как-нибудь в другой раз», «Дорого», «Хочу скидку» и др.

### ВСТРЕЧА в B2B и B2C

Дожим на встрече и в розничном бизнесе. Метод «Гира», корректировка расположений, оцифровывание выгод, псевдоснижение желания продать, правильный «уход», туманная перспектива и др. Как «дожимать», чтобы получить больше здесь и сейчас?

### УДЕРЖАНИЕ

Стратегия допродаж и пост-продаж 2 к 1: Off-line и on-line стратегии: группы в социальных сетях, видео-маркетинг, загрузка сайта, e-mail маркетинг, приложение для смартфонов, карта кликов, CRM, автоматизированные скрипты и пр.