



# Эффективные продажи: ВЫХОДИМ НА ОХОТУ

Барнаул, 30.09-01.10.2022

## Познакомимся



## Георгий Цеплаков

- **Автор** курса «Эффективные продажи»
- **Помогаю быстро включать людей** в работу
- **Управленческий опыт** – более 12 лет
- **Опыт в продажах** – более 20 лет
- **Провожу** более 60 консалтинговых и обучающих проектов по вовлечению людей ежегодно по всей России
- **Преподаю** в 2-х школах MBA
- **Модерирую** Сессии Стратегического Планирования с 2009 года
- **76% тренингов** ведут к повторному обращению
- **Обучаю** руководителей, HR-специалистов, специалистов по обучению, лидеров проектов, ответственных за освоение новых технологий

Работал на регулярной основе больше 5 раз



Тюменский  
кардиологический  
центр

Ямал-Регион  
ТЕЛЕРАДИОКОМПАНИЯ

Ростелеком

NOVOTEL  
HOTELS, SUITES & RESORTS



БРУСНИКА



ТАТПРОФ





# От заводов до IT-сферы



# От заводов до IT-сферы



## Как всё будет на тренинге?



Слайды доступны для копирования



Без звука



Можно спрашивать в любой момент



Приходим вовремя 😊



# Разминка 😊

- Планирование в новых экономических условиях добавляет хаоса в работу. Интуиция лучше любых планов и планирования заранее
- Клиенты в новых условиях НЕ растеряны, НЕ лояльны и настроены максимально отжимать продавцов. Человек человеку волк
- С конкурентами в кризис можно не только соперничать, но и сотрудничать

# ПЕДАЛЬ В ПОЛ

Вы долго и успешно работаете с Клиентом. У вас стабильный доход от этой компании. Разработайте план действий на неделю/ месяц/ квартал по увеличению дохода от этой компании на 20%



# Группа закупок



# Закупочный центр

## Место в пирамиде

## Должности

ЛПР

Генеральный директор

ЛОВ

?

Администраторы

Начальник лаборатории

Технические кураторы

Тендерный специалист,

Рядовые пользователи

Архивариус

# Работа с ГЗ конкретной компании

	Статус в ЗЦ: ЛПР, ЛОВ...	Степень лояльности: сторонник, противник, Х	Действия
Сотрудник 1			
Сотрудник 2			
Сотрудник 3			
...			

# Как работаем с разными этажами?

Рядовые  
пользователи

Технические  
кураторы

Администраторы

ЛОВ

ЛПР



# КЛИЕНТОКРАДСТВО

В разговоре Клиент говорит о том, что уже работает с вашим конкурентом. Называет конкретные преимущества. Ситуация сложная – если начать в лоб предлагать Клиенту ваши преимущества, получится, что Клиент, который работал не с вами, выглядит не очень умным.

К тому же нехорошо «в лоб» опускать конкурента, это выглядит агрессивным. И еще сложность: у конкурента, его продукта и предложения могут быть сильные стороны. Сформулируйте стратегию и тактику, каким образом вы предложите в этой ситуации свои услуги.

# КЛИЕНТОКРАДСТВО 1

Поступило предложение по шинам.

К700, Волжск дает на него скидку 10%

М93. Выходим на тендер, нам дают объем 100 штук за неделю, который вы дать не можете

# Конкурентные преимущества

Моя компания	1.	2.	3.	4.
Ассортимент				
Ценовые преимущества				
Каналы сбыта				
Продвижение				
Квалификация персонала				
Сервисность				
?				

	Нортек	Белшина	Кама	Волтайр	Кордиант	Китай
Ассортиментный ряд	8	6	7	6	7	9
Ценовая политика	8	9	6	7	6	10
Количество рекламаций	2	9	?	3	?	5
Производственный брак	4	?	?	?	?	10
Эксплуатационный брак	4	?	?	4	?	5
Производственные мощности	8	7	9	7	9	10
Лояльность	2	2	10	4	10	1
Оперативность реагирования менеджеров	10	?	5	7	5	2
Скорость реагирования на рекламации	9	?	?	?	?	?
Наличие складского запаса	3	Россия 2 Экспорт 8	3	4	3	9
Доставка	8	2	7	7	7	2



# Дальнейшая работа с таблицей

## **1. Повтор сильной позиции.**

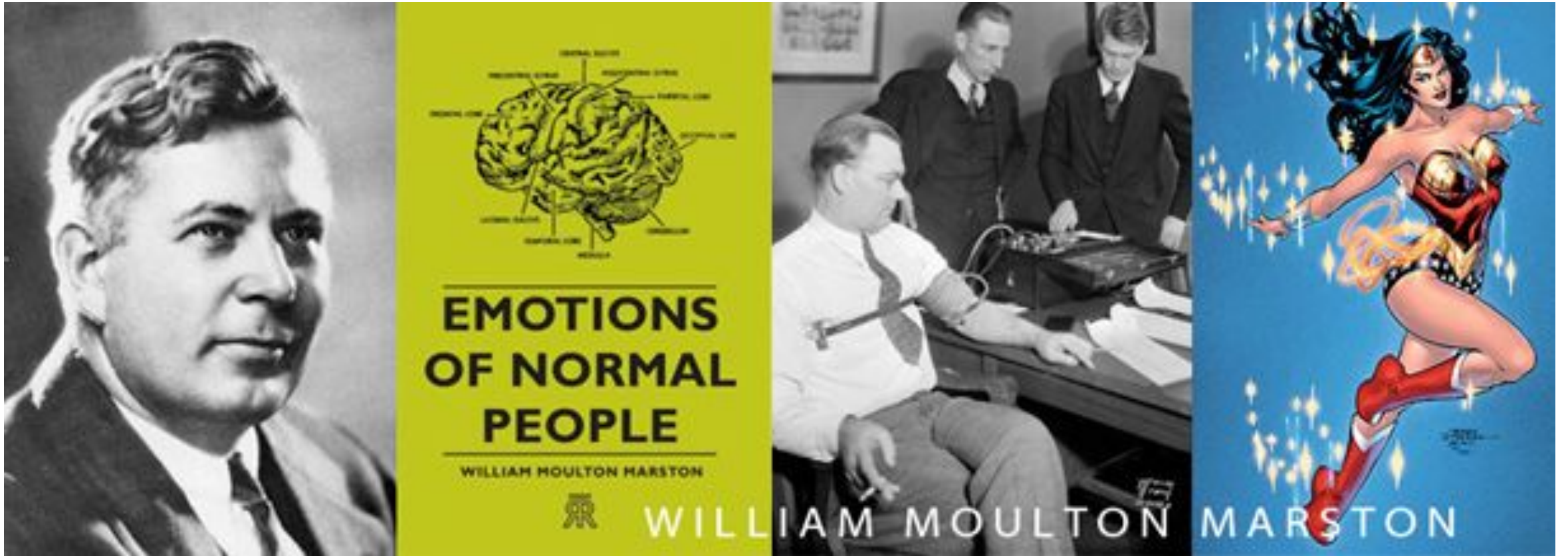
Разными словами, в разных местах общения с Клиентами, 15-20 раз.

## **2. Плюс-минус анализ**

## **3. Минус-плюс анализ - А зато**

## **4. Ложка дегтя. Пьедестал для конкурента + одна маленькая деталь**

Уильям Моултон Марстон,  
1893-1947



- Теоретик феминизма, создатель первого комикса («Чудо-женщина»), изобретатель одной из первых версий полиграфа;
- Был женат и одновременно влюблен в свою студентку. Обе родили ему по двое детей. Все вместе жили под одной крышей. Женщины продолжали жить вместе после смерти Марстона.
- Модель DISC описана в книге «Эмоции здоровых людей» (1928).

DISC

# **Dominance**

*доминирование, господство, обладание*

# **Influence / Inducement**

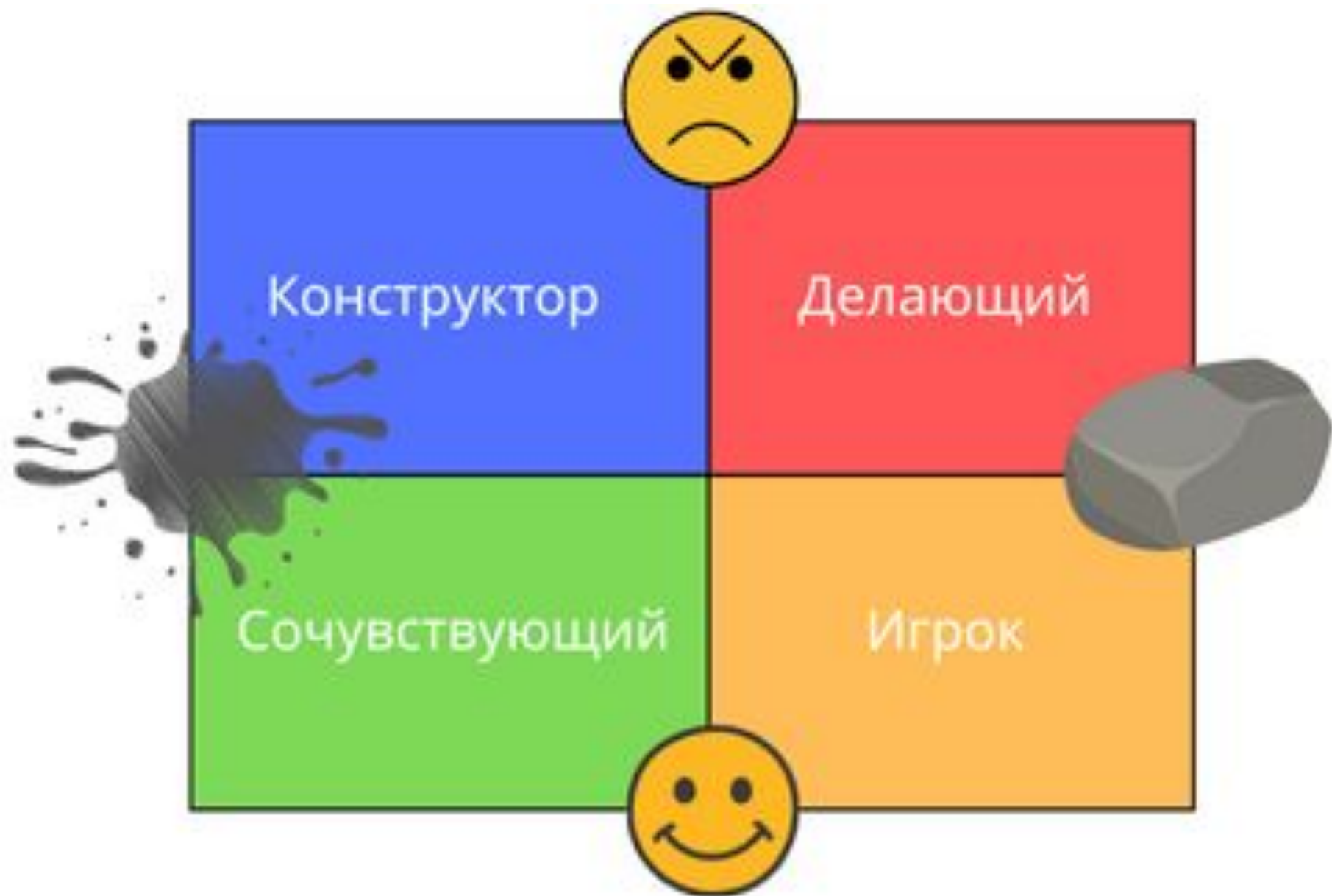
*влияние, побуждение*

# **Steadiness**

*устойчивость, уравновешенность, самообладание*

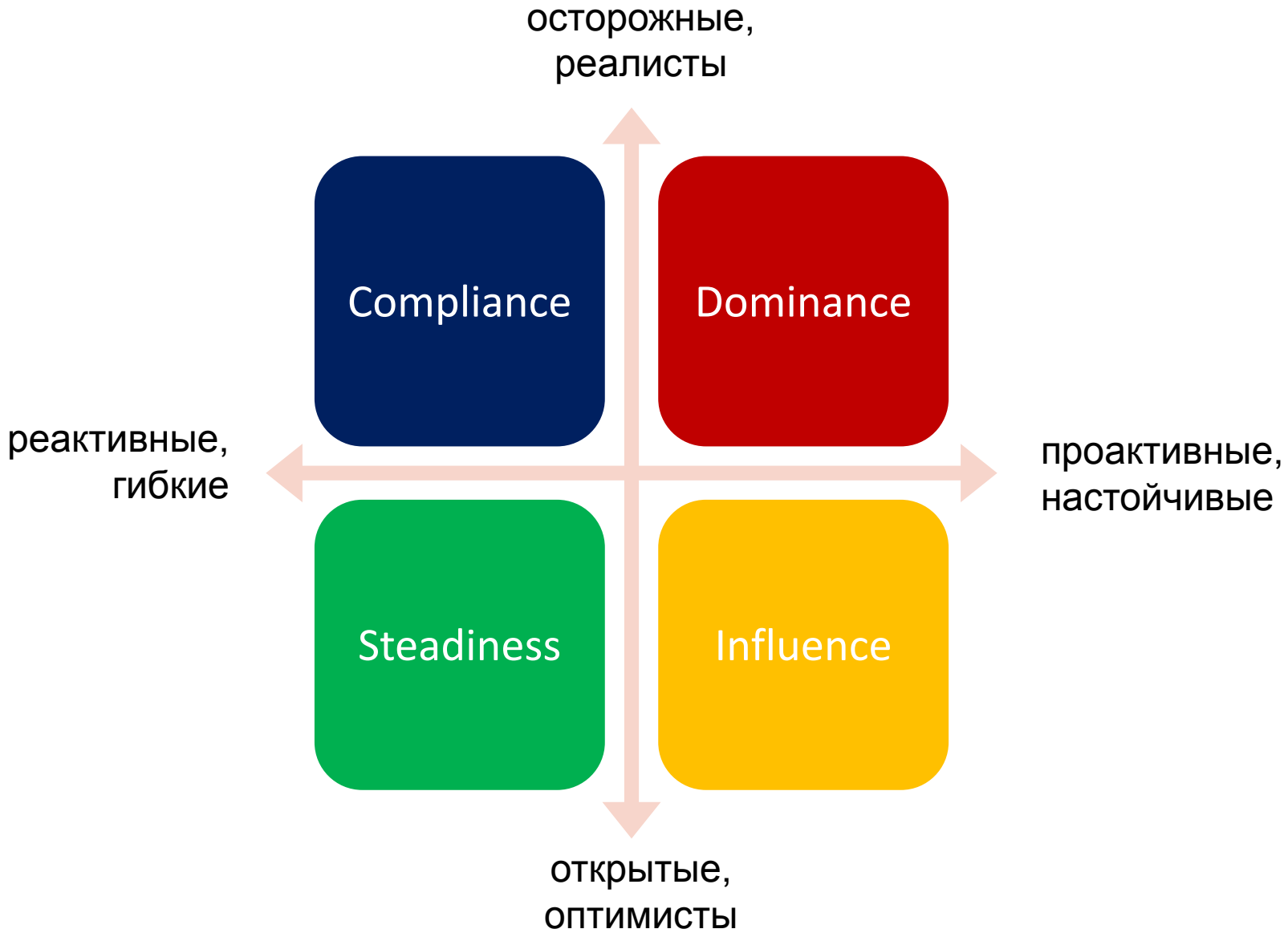
# **Compliance**

*предостережение, уклонение, уступчивость, угодливость,  
согласие*





DISC

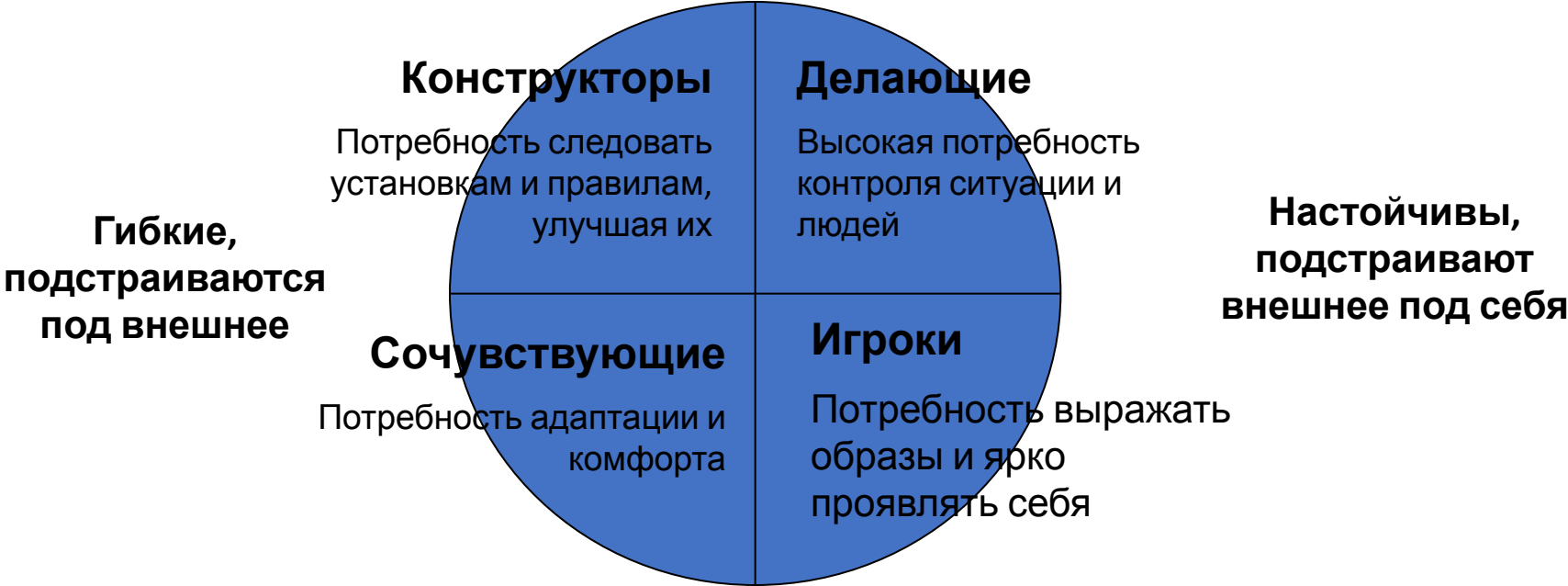


DISC



DISC

Ориентированы на процессы, обезличенную логику, систему, идею



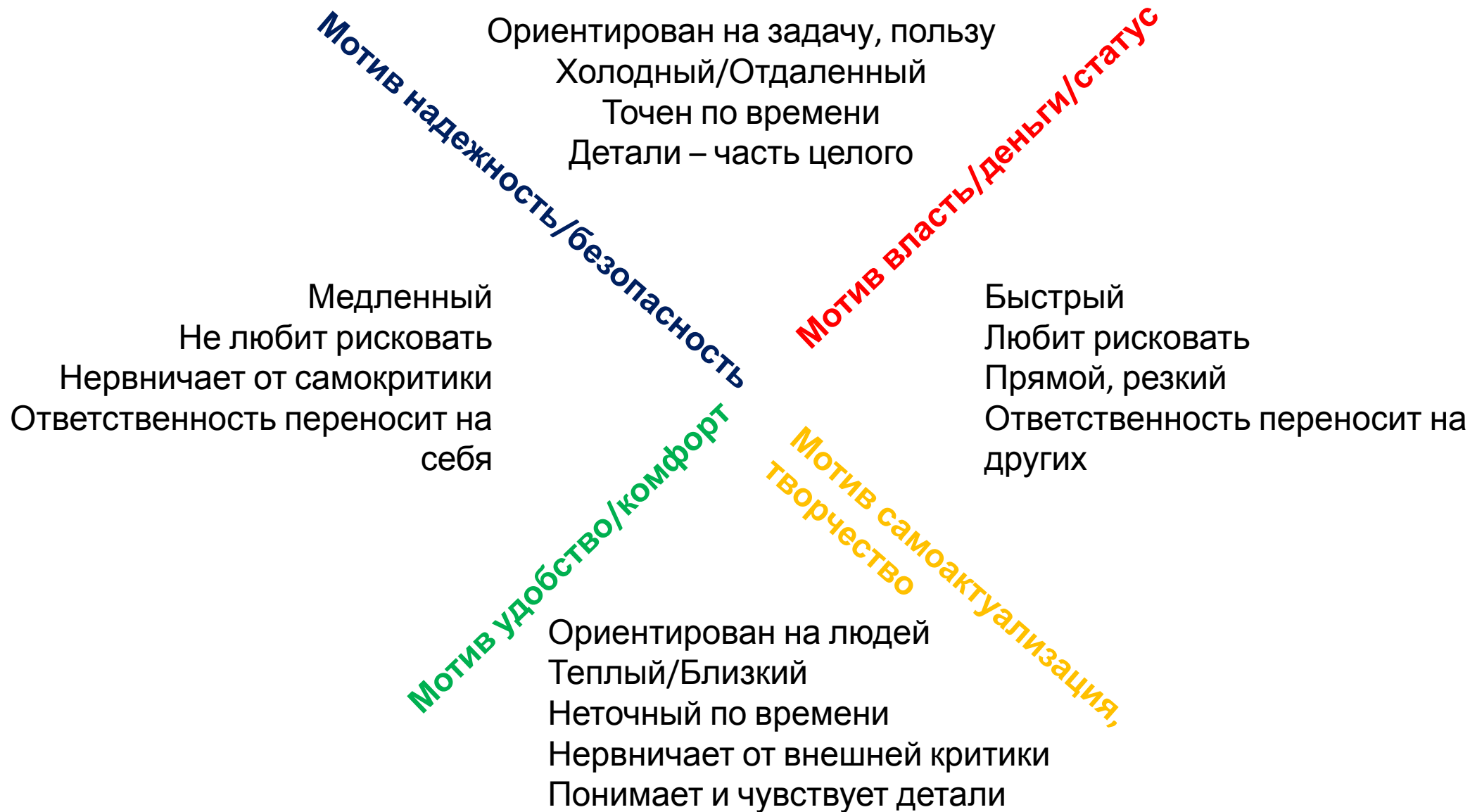
Ориентированы на живых людей, отношения

# Пирамида Маслоу. Помните?





# Распознавание мотивов



## КОНСТРУКТОРЫ

**Речь:** монотонная, холодная, отчетливая

**Голос:** тихий, размеренный

**Жесты:** сдержанные, угловатые, напряженные, отвлеченные

**Взгляд:** прямой, исследующий

**Страх:** упустить процесс, будут критиковать результаты

**Потребность:** стабильность, надежность

**Выражение лица:** печаль, мечтательность, бесстрастность

## ДЕЛЮЩИЕ

**Речь:** сильная, энергичная, страстная, ясная

**Голос:** громкий, уверенный, командный

**Жесты:** указывает пальцем, наклон к собеседнику

**Взгляд:** прямой в глаза

**Страх:** проиграть

**Потребность:** статус

**Выражение лица:** гнев

## СОЧУВСТВУЮЩИЕ

**Речь:** эмоциональная, теплая, участливая

**Голос:** тихий, мелодичный, вкрадчивый

**Жесты:** плавные, расслабленные

**Взгляд:** теплый, участливый

**Страх:** потеря контакта с конкретными людьми

**Потребность:** в любви и уважении

**Выражение лица:** тихая радость, покой, тревожность

## ИГРОКИ

**Речь:** ритмичная, бодрая, уверенная

**Голос:** громкий, убеждающий, теплый, с модуляциями и особенностями

**Жесты:** выразительные, гипержестикаляция

**Взгляд:** с хитринкой, заигрывающий

**Страх:** неприятие обществом

**Потребность:** самоактуализация

**Выражение лица:** бурная радость

## Описание чистого типа

- Одежда
- Машина (снаружи и внутри)
- Квартира/дом(снаружи и внутри)
- Песня, музыка
- Любимый жанр фильма, книги
- Что раздражает в других людях?
- Обстановка на рабочем месте
- Что ценят в жизни больше всего?
- Слабые места/ свои недостатки
- Девиз

# КРАСНЫЙ (ДЕЛАЮЩИЙ)

Одежда	Строгая, официальный костюм. Черно-белая гамма. Один дорогой аксессуар
Машина	Чистая, стерильная. Большая, внедорожник. Черная или белая
Квартира	Желательно отдельный. Хай-тек, много металла, мало деталей, все спрятано
Музыка	Нам все равно
Фильмы, книги	Боевики, история, истории успеха, фэнтези
Что раздражает в других?	Неопрятность, бекает-мекает, безответственность, медлительность, эмоциональность
Рабочее место	Ничего лишнего, пустой стол, ручка и визитка, большое кресло, пафосные элементы
Ценности	Деньги, время, статус, уважение, РЕЗУЛЬТАТ
Недостатки	Конфликты с близкими, упертость, нежелание признать ошибку, грубость, прямолинейность
Девиз	Кто не нами, тот под нами

# СИНИЙ (КОНСТРУКТОР)

Одежда	Строго, классика, серый, синий тона, белый, зеленый
Машина	Функциональный, с завода, чистый, ничего лишнего
Квартира	Продолжение работы, функциональные
Музыка	Классика, лирика, «со смыслом», поплакать
Фильмы, книги	Научные, бизнес, детективы, фантастика, документальные фильмы, исторические
Что раздражает в других?	Двусмысленность, неопределенность, легкомыслие, безответственность
Рабочее место	Эргономика
Ценности	Логика, надежность, стройность процесса, рациональность, истина, стабильность
Недостатки	Пессимизм, перфекционизм, зануды
Девиз	Вижу узко, зато ясно, логичность во всем, 7 раз отмерь, 1 раз отрежь

## ЗЕЛЕНЫЙ (СОЧУВСТВУЮЩИЙ)

Одежда	Не вызывающая, гармоничная, опрятная, casual, удобная, пастельные тона
Машина	Удобно, комфортно, много полезных вещей
Квартира	Порядок, уют.
Музыка	Спокойная, звуки природы, умиротворяющая, мелодичность
Фильмы, книги	Мелодрамы, истории, психология
Что раздражает в других?	Бестактность, наглость, грубость
Рабочее место	Аккуратность, цветочки, фото семьи, филиал дома
Ценности	Семья, отношения, комфорт, дружба,
Недостатки	Трудно отказать, трудно сообщать плохие новости, нерешительность, скромность
Девиз	Нормально делай, нормально будет, Ребята, давайте жить дружно

## ЖЕЛТЫЙ (ИГРОК)

Одежда	Модная, удобная, подобранная по цветам, по фактурам, по элементам. Яркая. Контрастная. Ахроматические цвета. Детали в одежде
Машина	Кабриолет, с аэрографикой, спорткар
Квартира	Творческий беспорядок (не факт), цветовая подборка обоев, меняют функциональность комнат, детали
Музыка	Танцевальная, современная, разнообразная
Фильмы, книги	Триллеры, приключения, экшн, фантастика
Что раздражает в других?	Когда невнимательны и торопят, всезнайки, конкуренты-понторезы
Рабочее место	Хаос, либо шоу вещей,
Ценности	Творчество, путешествия, активность, игра
Недостатки	Бесшабашность, поверхностность, нужна публика, быстро загораются, быстро гаснут
Девиз	Погнали! Дом отдельно, работа отдельно

## Коммуникации

- Установление контакта: оптимальный способ понравиться
- Как показывать перспективу и добиваться верности
- Гарантии
- Какие аргументы убедят?
- Техника СВ: пример презентации продукта/ компании/ себя
- Как должна выглядеть презентация продукта?
- Какие каналы коммуникации использовать?
- Какой выбор можно предложить?
- Секреты, приемы, фишки



# Сочувствующий

## Сочувствующий

Установление  
контакта

Перспектива и  
верность

Гарантии

Какие аргументы  
убедят

СВ

Презентация продукта

Каналы коммуникаций

Какой выбор можно  
предложить

Секреты, приемы,  
фишки

Игрок

Игрок

Установление  
контакта

Перспектива и  
верность

Гарантии

Какие аргументы  
убедят

СВ

Презентация продукта

Каналы коммуникаций

Какой выбор можно  
предложить

Секреты, приемы,  
фишки

# Конструктор

## Конструктор

Установление  
контакта

Перспектива и  
верность

Гарантии

Какие аргументы  
убедят

СВ

Презентация продукта

Каналы коммуникаций

Какой выбор можно  
предложить

Секреты, приемы,  
фишки

# Делающий

## Делающий

Установление  
контакта

Перспектива и  
верность

Гарантии

Какие аргументы  
убедят

СВ

Презентация продукта

Каналы коммуникаций

Какой выбор можно  
предложить

Секреты, приемы,  
фишки

# С ЗАВТРАШНЕГО ДНЯ ДОРОЖЕ

Разработайте систему мотивации для Клиента платить больше. Обоснуйте повышение цен с октября, так, чтобы это звучало привлекательно.

# НЕВОЗВРАЩЕНЦЫ

Разработайте антирисковую программу ухода Клиента и программу действий по возвращению ушедшего Клиента. Приветствуется реальный потерянный Клиент.

## Психотип в коммуникациях

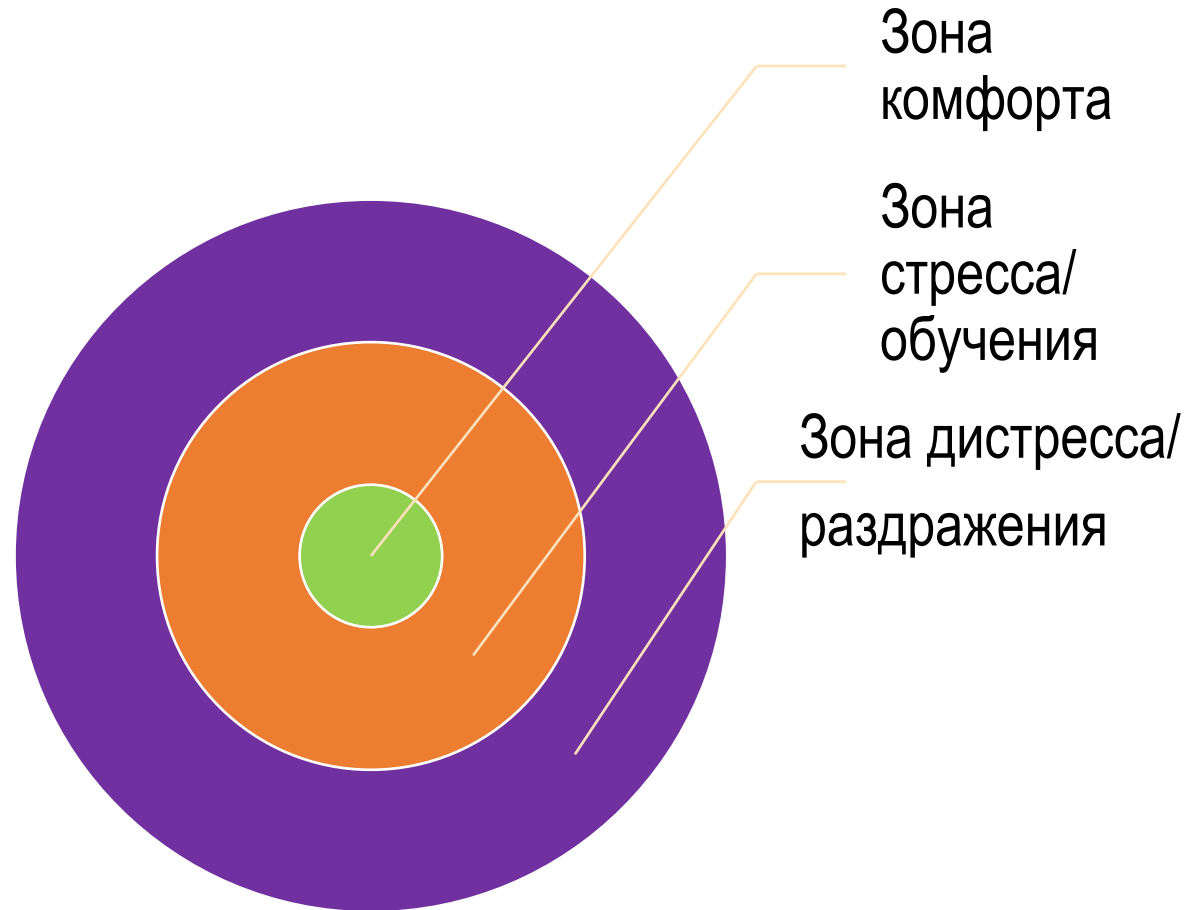
1. Голосовая матрица
2. Тип сопротивлений
3. Каналы коммуникаций, которые предпочитает

# Голос





# Сопротивления



# Виды сопротивлений

- Демонстрация превосходства
  - Техника «Обмен пьедесталами», сначала его поставить на пьедестал, потом похвалить себя
- Мягкий уход
  - Настойчивость!
  - Уточняющие вопросы
  - Открытые вопросы
- Жесткий уход со ссылкой на обстоятельства
  - Техника «Хамелеон» («Я под вас подстроюсь»)
  - Вопросы о планах
  - Вопросы о проблемах
  - Вопросы о последствиях
- Негативизм
  - Техника «Психотерапевт»: назвать по имени, залезть в «яму»
  - Уточняющие вопросы
  - Конфликт и резкая инициатива примирения
- Юмор
  - Шутка
  - Шаг навстречу (ага, понятно, точно...)

# ТРАБЛШУТИНГ-2022

В компании N руководством намечены внутренние изменения. Вместо старой CRM-системы внедряют ERP, что вносит сумятицу и непонятно, как теперь работать. К тому же руководство компании решило перевести сделки на электронный документооборот.

Снаружи компании еще веселей: действуют международные санкции, блокировки международных транспортных компаний. Есть и объективная проблема – укрепление рубля. По политическим мотивам ушли экспортные поставки. Разработайте программу действий по антикризисному менеджменту и спасению ситуации.

# ПОДЛОЖИ СВИНЬЮ ДРУГУ 🤗

Придумайте для команды ваших коллег самую трудную ситуацию с самым трудным Клиентом. И посмотрим, как они с ней справятся. Задача должна быть реалистичной, с вашего рынка в актуальных рыночных условиях.





Ценность  
наперед,  
взаимный обмен



Обязательство и  
последовательность



Социальное  
доказательство



Авторитет



Дефицит



Благорасположение:

- Физическая привлекательность
- Знакомые
- Compliment
- Похожие
- WOW























# 7 методов влияния



# Применение методов влияния

Полезны

Допустим  
ы

Опасны

**Разные проблемы  
= общие решения?**



# Кейс 1

- Нам раньше Олег делал... Мы сами не хотим... Помогите нам

# 7 методов влияния



# Профилактика возражений

1. Расслабление – Вопрос – Контрдовод
2. Расслабление – Сомнение (с другой стороны) – Контрдовод
3. Есть три причины, почему...
4. Именно поэтому...
5. Думал – Пробовал/Испытал – Убедился
6. Да, и...
7. Согласие – Абсурд
8. История/ Поговорка/ Фразеологизм
9. Ссылка на высшие силы

# Расслабление

Я понимаю, эта цена может показаться высокой

Совершенно согласен, это выше чем у...

Конечно, за последнее время цены подросли

Вы правы...

Один (!) короткий комплимент

Я чувствую также

# Вопрос

Уточняет

Отвлекает внимание

# 3-ШАГОВАЯ СХЕМА РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЕМ

## 1. РАССЛАБЛЕНИЕ КЛИЕНТА:

- **согласие** – либо прямое («да, это дороже чем у ... компании»), либо косвенное («да, в большинстве случаев так и бывает», «на первый взгляд это именно так и выглядит»)
- **присоединение** – либо себя к нему («я сам, когда покупаю серьезные вещи, хочу получить скидку и побольше»), либо его к другим Клиентам («да, многие мои Клиенты думали так же»). Присоединение к чувствам: «я понимаю, что...».
- **КОМПЛИМЕНТ** – «мне приятно говорить с таким знающим человеком!», «а ведь это действительно серьезный момент!», «как здорово, что вы об этом вспомнили! Спасибо вам – я совсем забыл про это!» и т. п.

## 2. ВОПРОС (уточняющий или направляющий)

## 3. АРГУМЕНТАЦИЯ:

- пословицы, поговорки, афоризмы
- рассказать клиентскую историю
- смена контекста (увод в сторону)
- техническая аргументация

# Упражнение 😊

*«Какие-то у Вас дорогие гвозди...»*

**Присоединение**

Да, я понимаю,  
переплачивать не приятно

?

А Вам гвозди для чего? То  
есть, нужно чтобы они не  
гнулись?

**Альтернатива/ Контрдовод**

Ну вот смотрите, есть  
вариант подешевле, но  
если Вы хотите, чтобы  
точно не гнулись, я бы все-  
таки рекомендовал эти  
гвозди...

# Банк возражений: СПС

Возражение	Расслабление	Сомнение	Вопрос	3 контрдовода
	Вы правы... Я понимаю... Согласен... Комплимент	С другой стороны		1. *** 2. *** 3. ***  Технический аргумент, история, поговорка, фразеологизм, уход в сторону
				64



# Дорого - Цена

Клиент не видит ценность

Клиент сравнивает с другими

Клиент просто любит торговаться

# Дать вилку

Есть несколько вариантов по цене

Базовый

Продвинутый

Суперпродвинуты  
й

# Варианты обоснования цены

1. Сравнение с лузерами
2. Декомпозиция стоимости
3. Перескакивание
4. Если снизим качество, можем снизить цену
5. Смена лица (Если я, то вы...)
6. В каком диапазоне вы рассматриваете приобретение?
7. Возражение – боль

# Аргументы по цене

Типовой  
ответ  
менеджера

Конкретизировать аргумент

Эмоциональная  
конкретизация (история,  
поговорка, метафора)

Вопрос

# Аргументы по цене

Типовой ответ  
менеджера

Конкретизировать аргумент

Эмоциональная  
конкретизация  
(история,  
поговорка,  
метафора)

Вопрос

Мы завод  
производитель

1. Цикл производства от начала до конца. Гарантия надежности продукции за счет контроля на всех этапах
2. У вас есть гарантии того, что мы никуда не пропадем
3. Цены ниже рыночных. Можем договариваться по ценам
4. Всегда есть резерв продукции на складе на сумму около 200 млн., А также продукция на 300 млн изготавливается.

Скупой платит  
трижды 😊

Что думаете?

# Аргументы по цене

Типовой ответ  
менеджера

Конкретизировать аргумент

Эмоциональная  
конкретизация (история,  
поговорка, метафора)

# Важные детали

- Не говорим «скидка», говорим «особая цена для вас»
- Объявил цену, задай вопрос!

# 10 фраз, которые продают сами

1. Гарантия
2. Есть несколько вариантов
3. Попробуйте...
4. Да, да – нет, нет
5. Бронируем? Планируем? Начинаем? Попробуем? Оформляем?  
(после аргумента)
6. Окупится за...
7. В таких случаях часто помогает...
8. Я понял вашу ситуацию. Есть решение.
9. В целом все так? В основном мы совпадаем?
10. Я вам – вы мне



# Техника 13-ти вопросов

1. Вопрос-мнение (Что Вы думаете?, Как Вы относитесь?)
2. Вопрос о фактах (На основании чего? По какой причине?)
3. Вторичный вопрос о фактах
4. Вопрос о результате (идеале, о том, как должно быть)
5. Наводящие вопросы (тезис + вопрос)
6. Вопрос о презентации (Вам было бы интересно узнать...?)
7. Вопрос о согласии (Можно мне..?)
8. Вопрос-объяснение (А с чем это связано? В чем причина? Зачем? Отчего? Из чего Вы так заключили? Почему..? На чем основано это предположение?)
9. Суммирующий вопрос-мнение (об итогах презентации)
10. Вопрос-предположение (Вы так поступаете из-за того, что...)
11. Вопрос на выявление недоговоренности (Мы ничего не забыли? Что мы еще не обсудили?)
12. Вопрос-заявление (Хорошо, когда мы выполним все эти условия, Вы согласитесь сотрудничать?)
13. Вопрос о скрытых причинах (Мне кажется, есть еще какая-то причина, о которой Вы

# Что почитать по продажам?

1. Бэквит Г. Продавая незримое
2. Бэтжер Ф. Вчера неудачник, сегодня преуспевающий продавец
3. Гитомер Дж. Красная книжка продавца
4. Гитомер Дж. Удовлетворение покупателя – ничто, лояльность все
5. Деревицкий А. Иные продажи
6. Деревицкий А. Школа продаж
7. Иванова С. Продажи на 100%
8. Ильяхов М. Пиши - сокращай
9. Кэннеди Д. Жесткие продажи
10. Левитас А. Больше денег для вашего бизнеса
11. Миннетт С. B2b-маркетинг
12. Норка Д. Скажи мне «да»
13. Остервальдер А. Шаблон ценностного предложения
14. Рысев Н. Активные продажи
15. Рэхем Н. СПИН-продажи
16. Филиппов С. Sales-детонатор
17. Ткаченко М., Горбачев Д. Откат