



# Игорь Ткаченко

## ПЕРЕГОВОРЩИК 80-го уровня

**ПРОСТЫЕ ПРАВИЛА УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ**

Издательство  
АСТ  
Москва

УДК 658.8  
ББК 65.290-2  
Т48

*Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.*

**Ткаченко, Игорь Геннадьевич.**

Т48      Переговорщик 80-го уровня. Простые правила успешных продаж / Игорь Ткаченко. — Москва : Издательство АСТ, 2019. — 208 с. — (#БизнесНаставник).

ISBN 978-5-17-113381-8

Почему не работают техники продаж? Десятки курсов и тренеров по продажам уже предложили вам «волшебную таблетку», дали ценные советы и профессиональные рекомендации, но продажи все еще не идут... Дело в том, что нет панацеи, но есть простые правила успешных продаж, которые строятся на базовых навыках продавца и переговорщика! Навыки — это мускул, который нужно тренировать, и только тогда вы сможете поднять нужный вес.

Эта книга поможет развить действительно жизненно важные навыки клиент-хантера: умение ставить цели; умение вести переговоры: слышать, слушать и говорить; умение выявлять конкурентные преимущества товара/услуги/идеи.

Книга рекомендуется всем продавцам и руководителям, тем, кому доводится общаться с клиентами как при личных встречах, так и по телефону.

Макет подготовлен редакцией



Мы в социальных сетях. Присоединяйтесь!

[vk.com/prime\\_ast](https://vk.com/prime_ast)

[instagram.com/prime.ast](https://instagram.com/prime.ast)

[facebook.com/praim.ast](https://facebook.com/praim.ast)



ISBN 978-5-17-113381-8

© Ткаченко И., 2018

© ООО «Издательство АСТ», 2019

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Обязательно к прочтению! .....	7
Предисловие .....	11
<b>ГЛАВА 1.</b>	
<b>МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ</b> .....	15
«Курьер» .....	32
Везение в продажах .....	37
«Бульдозер» .....	40
Темная и светлая манипуляция .....	48
«Эксперт-чемпион» .....	54
Алгоритм определения стадии обратного процесса .....	58
Первый вариант .....	58
Второй вариант .....	59
Третий вариант .....	60
<b>ГЛАВА 2.</b>	
<b>ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ</b> .....	63
Базовые навыки .....	68
Платформа, на которой строится технология продаж .....	68
Алгоритм действий по достижению поставленной цели .....	70
Навык владения голосом .....	74
Тональность «Вопрос» .....	76
Умение слушать .....	80

Умение говорить .....	82
Инструмент проверки красноречия .....	83
Характеристика товара .....	86
Преимущества товара .....	89
Выгода .....	91
Вопрос .....	94
Настрой на успех .....	96

**ГЛАВА 3.**  
**ТРИ СЛОНА, НА КОТОРЫХ ДЕРЖИТСЯ**  
**ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ** .....

Слон первый. «Самообладание» .....	102
Слон второй. «Целеустремленность» .....	105
Слон третий. «Гибкость» .....	107

**ГЛАВА 4.**  
**ПЕРЕГОВОРЫ** .....

Нужна ли презентация? «Импульсы недовольства» .....	110
Предотвращение «импульсов недовольства» .....	112
Алгоритм проверки будущих «импульсов недовольства» .....	113
Работа по сценарию .....	115
Бланк сценария .....	118
1. Установление контакта .....	118
2. Исследование .....	119
3. Презентация .....	120
4. Завершение сделки .....	120

<b>Техника для этапа «Исследование» под названием «Алгоритм проблем»</b> . . . . .	121
Первый шаг – поиск «импульсов недовольства» или критериев выбора . . . . .	121
Второй шаг – расстановка приоритетов . . . . .	122
Третий шаг – что за этим стоит? . . . . .	123
Четвертый шаг – усиление . . . . .	124
Пятый шаг – закрытие . . . . .	125
Презентация . . . . .	125
<b>Закрытие</b> . . . . .	126
Алгоритм завершения сделки, фразы . . . . .	128

<b>ГЛАВА 5.</b>	
<b>НЕВЕРБАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ</b> . . . . .	131
Закон сохранения энергии . . . . .	133
Невербальная коммуникация в жизни . . . . .	138
Новый навык – это ваш секрет . . . . .	141
Как воздействуют жесты на человека . . . . .	143
Как научиться не только смотреть, но и видеть? Инструкция по развитию навыка чтения невербальной коммуникации . . . . .	146
Базовые потребности человека . . . . .	148
Три автоматические реакции . . . . .	149
Поиск общества . . . . .	154

<b>ПРАКТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ ДЛЯ РАЗВИТИЯ НАВЫКА</b> .....	157
Что объединяет всех водителей мира? .....	158
А вас внимательно слушают? .....	160
Обязательно ли кивать головой? .....	163
Мне сказали «ДА», я не верю. Почему? .....	165
Почему у собеседника бегают глаза? .....	168
Комбинации движений. ....	171
Почему люди потирают глаза? .....	172
Стоит ли сменить тему разговора, если собеседник почесал ухо? ...	173
Правда ли, что жест лжеца — это потирание носа? .....	175
Плечи .....	177
Упражнение. ....	177
Комбинации движений. ....	179
Скрещенные руки .....	180
Движение рук .....	182
Ладони .....	184
Продавец увидел жертву .....	185
Рукопожатие .....	186
Термины .....	188
Бонус.	
Техника «КУБ» — описание и примеры .....	190
Техника «К2-рефрейминг» (переворот в положительное ожидание) .....	195
Вопросы для подготовки к встрече .....	196
Вопросы до первичной встречи. ....	196
Вопросы после первичной встречи .....	197
Опросник .....	198
Вместо заключения .....	200

## ОБЯЗАТЕЛЬНО К ПРОЧТЕНИЮ!

Цель этой книги — не только познакомить вас с техниками и инструментами продаж, но и, что не менее важно, расширить ваше восприятие. Для этого я подаю вам материал в нестандартном формате. Каждая глава и каждая тема относительно независимы — это дает читателю возможность сделать паузу и поразмыслить над идеями, которые возникнут у вас во время прочтения.

Чтобы ваши идеи не были потеряны, я добавил дополнительные блоки для записи, куда вы сможете вписать свои мысли. Эта книга — ваша рабочая тетрадь.

Метафоры и аналогии, приведенные в тексте, позволят вам представить себя в разных ролях, будь то менеджер по продажам или руководитель компании. С этой книгой вы попутешествуете во времени: перенесетесь в прошлое и отправитесь в будущее.

Также я буду использовать *скачковый* прием, переходя от одной мысли к другой, чтобы разрушить ранее созданные стереотипы об обучении и продажах. Благодаря этому вы откроете для себя новые возможности, как в переговорах, так и в управлении персоналом.

Эту книгу я рекомендую всем продавцам и руководителям, тем, кому доводится общаться с клиентами, как при личных встречах, так и по телефону. И конечно, я советую почитать книгу просто интересующимся людям, для кого информация — не пустой звук.

Приятного прочтения.

*С уважением, Игорь Ткаченко*

\* \* \*

Мир менеджера состоит из переговоров, писем, планирования и, возможно, личного развития. Так ли это? С высоты своей небольшой «колокольни продаж», уверен, — это так. Последний тезис может быть голословным, но именно развитие специалиста, его работа над собой, ведут продавца вперед — это необходимо и достаточно, это инь и ян. Основная мысль и главная задача этой книги — мотивация абсолютно всех менеджеров, специалистов к постоянному и глобальному развитию.

В наш информационный век все еще остались продавцы, которые живут в девяностых, повсеместно что-то предлагают и пробиваются. Назовем их курьерами из прошлого. Мы все знаем, как нам, покупателям, «втюхивают» товар и стараются угодить всеми назойливыми способами, без учета нашего согласия, признания и участия.

Наш «Курьер», как описывает Игорь Ткаченко, — генератор, исполнитель, хватает информацию шестью руками, видит цель, хоть и отдаленно, но стремится к ней. Насколько долго может продолжаться такое неведение, слепая прыть и поедание гранита?

Хочу поведать вам о том, как я стал «Бульдозером», перешел на второй уровень в довольно краткие сроки. Я начал общаться. Именно это способствовало моему переходу из разряда «Курьеров-новичков» в «Бульдозеры» — к тем, кто проедет по любой почве.

Главные рычаги, которыми я пользуюсь в переговорах...



### **1. Подробное знание предлагаемого продукта.**

Мы не можем говорить об осознанной продаже, когда предлагаем продукт и не можем перечислить и трех его преимуществ перед конкурентами. Не знает покупатель — не знает продавец, а зачем покупателю узнавать о том, что ему уже предлагали, это его расстраивает. Давайте сэкономим время клиента и наше время.

### **2. Использование контактных точек с клиентом.**

Это звонки, звонки и еще раз звонки. Полное сопровождение клиента на этапе еще некоммерческого сотрудничества. Поверьте, используя технику «Куб», мы можем вывести всю историю клиента — узнать о его предпочтениях, запросах, истории приобретения продуктов, препятствиях в использовании, целях компании в целом, личных проблемах и беспокойствах уже на первых этапах переговоров. Удивляюсь, когда слушаю монолог продавца в магазине техники, скажем, о микроволновой печи, — без учета моего мнения и без единого вопроса, открытого или даже закрытого. Такое ощущение, что продавец не готов говорить больше ни о чем, только лишь о мощности микроволновки.

### **3. Признание личности клиента.**

Безусловно, это может быть для некоторых продавцов даже излишеством, но все мы знаем, какое настроение у клиента, вставшего «не с той ноги», почему у компании нет денег сегодня, а уже через неделю они могут вдруг появиться. Я почти уверен, что «Активное слушание» позволит нам, в первую очередь, выслушать клиента, увидеть его настрой и принять решение о следующих шагах взаимодействия. Согласитесь, как же приятно осознавать, что вас слушают, внимательно и доброжелательно.

#### **4. Мимика, жесты.**

С малых лет мы росли под присмотром родственников — вспоминаете, прищурь, качание головой и указательный палец? Вот-вот. А почему бы не понять сегодня, зачем эта невербалика фигурирует в нашей жизни до сих пор, причем множество жестов остались прежними? Я пристально смотрю на вас, спокойно кладя соприкасающиеся ладони на стол, я искренний в своих высказываниях. Понимаете?

Мы можем долго продолжать повествование о базовых навыках, но уже эти четыре пункта позволят вам сделать шаг вперед и увидеть цель. Общайтесь, коллеги, общайтесь.

***Марк Тимошек,**  
тренер по сноуборду, переговорщик*

# ПРЕДИСЛОВИЕ

Я полностью согласен с теми, кто уделяет особое внимание обучению. И уверен, что 80 процентов тренингов действительно дают колоссальный результат.

Я сторонник создания библиотеки в компании, ведь регулярное чтение бизнес-литературы способствует получению знаний, которыми можно воспользоваться при переговорах.

Руководители считают, что менеджеры, которые не читают книг, не посещают семинаров и тренингов по продажам, много не продают.

Так считают многие и всячески стараются загрузить своих сотрудников литературой, создавая в своих компаниях библиотеки, закупая тонны книг и выбрасывая миллионы рублей. Отправляя своих менеджеров по продажам на тренинги за большие деньги, они ожидают, что продавец, пройдя обучение, начнет перевыполнять план продаж. А что на самом деле? В лучшем случае — это незначительное улучшение, практически незаметное и при этом кратковременное.

Что вы скажете о тех продавцах, которые много читают, регулярно принимают участие в тренингах, все время обучаются, но результатами похвастаться не могут? Возможно, они не те

книги читают, не те методики осваивают? Или эти продавцы непригодны для этой работы?

Существует множество хороших книг, в которых даются рабочие технологии продаж. Если посчитать, сколько всего инструментов — речевых модулей — придумано в продажах, то получается число минимум с тремя нулями — и это только в нашей стране. Неужели нельзя выбрать для себя из всего этого изобилия те техники, которые действительно приведут к успеху?

Есть много хороших тренингов, семинаров, мастер-классов на тему продаж, но далеко не все дают нужный эффект. Наши ожидания от обучения часто остаются неоправданными.

Как вы думаете, почему первые годы жизни ребенка являются самыми важными для его развития, да и всей жизни? Почему фундаменту будущего дома уделяют особое внимание? Почему первый контакт с клиентом так важен? Ответив на эти вопросы, можно понять, что основа, первые шаги — это самое главное.

Именно поэтому информация, полученная из книг, на тренингах по продажам, во время обучения не работает так, как хотелось бы. Если у дома плохой фундамент, то какой бы хороший материал ни использовался при строительстве стен, долго он не простоит.

Что происходит после обучения сотрудников? После тренинга по продажам, буквально через две недели, все, что было рассказано слушателям, забывается, знания куда-то исчезают, и даже пропадает кратковременный эмоциональный эффект.

Можно предположить, что причина — в материале тренинга или в преподавателе, который ведет тренинг. Да, возможно и такое, но в большинстве случаев — все из-за отсутствия мощного фундамента. Под фундаментом я понимаю базовые навыки продавцов.

В этой книге вы найдете как информацию по развитию базовых навыков для формирования фундамента, на котором будет основываться ваша технология продаж, так и конкретные упражнения для закрепления прочитанного материала. Вы узнаете то, чего нет ни в одном тренинге и ни в одной книге — «Треугольник развития» — это полная, завершенная модель, раскрывающая поведение и потребности продавца, с описанием тех навыков, которые необходимо развивать для роста в компании (начиная с момента трудоустройства и заканчивая переходом на ступень эксперта). Также будут раскрыты причины обратного процесса — спада — и даны инструменты выхода из состояния застоя и выгорания.

Я поделюсь с вами готовой системой по определению уровня знаний, и вы получите материал для строительства самого прочного фундамента для «лучшего дома» — технологии продаж, с помощью которой вы сможете достичь высот.

Вы познакомитесь с универсальной технологией ведения переговоров с готовыми речевыми модулями, которые сможете применить уже сегодня.



Глава 1

**МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ**