

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. — 204 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)



# 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
<b>ГЛАВА 3.</b>	
<b>ТРИ СЛОНА, НА КОТОРЫХ ДЕРЖИТСЯ</b>	
<b>ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ .....</b>	<b>99</b>
Слон первый.	
«Самообладание» .....	102
Слон второй.	
«Целеустремленность» .....	105
Слон третий.	
«Гибкость» .....	107
<b>ГЛАВА 4.</b>	
<b>ПЕРЕГОВОРЫ .....</b>	<b>109</b>
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 выведать 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**

---

## ПЕРВЫЙ ПРИНЦИП

---

Чтобы продавцы, менеджеры по продажам действительно развивались и делали большие продажи, они должны научиться анализировать свою работу и свое поведение. Видеть прогресс. Понимать, что они движутся в правильном направлении.

---

Начну, пожалуй, с небольшого рассказа о том, как я попал «в продажи». Ведь именно после первого моего опыта в продажах я столкнулся с массой вопросов. Мне казалось: если я найду ответы на них, то разгадаю «тайну успешных продаж». Забегая вперед, сразу сообщу, что ответы найдены и тайна раскрыта. Я с удовольствием открою ее вам.

В 2004 году я поставил себе цель: поехать в Германию дней на десять. Для достижения этой цели необходимо было заработать одну тысячу евро на расходы, связанные с поездкой, подарки и т. д. Но как заработать такие деньги, если я трудился на заводе обычным электриком, лазал по кранам и кран-балкам и ремонтировал электрооборудование, за что получал 3500 рублей в месяц? С такой зарплатой мне долго пришлось бы собирать на поездку...

Я начал с этой истории, потому что именно в тот момент меня словно осенило. Мне захотелось перемен, я чувствовал, что у меня есть силы и ресурсы для того, чтобы я жил лучше и получал то, что хочу.

---

Стремление к целям заставляет задуматься, сбегание от неприятного побуждает к физическим действиям. Мысли плюс действия дают результат.

---

Сильное влияние на меня оказали мои коллеги: многим было уже за 50, и, глядя на них, слушая их рассказы о том, как они жили и живут, мне еще больше хотелось что-нибудь изменить в своей жизни. Бесконечные разговоры о политике или о том, какие начальники плохие, выводили меня из себя — зачем говорить о том, что мы не в силах изменить? Были, конечно, и интересные рассказы, но сути дела это не меняет.

Из рассказа одного коллеги я узнал, что он жил, как говорится, «дом — работа», а иногда, один раз в несколько лет, ездил на море — и все. Это все! Вот так и проходят жизни многих людей. Возможно, это и нормально для некоторых, возможно, так даже правильно, но не для меня. Тратить всю жизнь только на одну картину мира, ограниченную рамками, — не для всех. Многие люди в нашей стране и рады бы что-нибудь изменить, но как это сделать, если нет возможностей, и все, что остается, это «дом — работа»?

Очень надеюсь, что вы, прочитав мою книгу, найдете для себя инструменты, с помощью которых сделаете шаги к улучшению своего благосостояния, станете более эффективно продавать, добиваясь большего от жизни.

Если вы готовы к этому, значит, я не один такой, и вы сможете многое изменить в своей жизни, даже если в данный момент



у вас нет для этого возможностей. Ведь далеко не секрет, что 95 % населения нашей прекрасной планеты ничего не хотят менять, и только 5 % постоянно что-то ищут, что-то делают, меняют, идут вперед, не желая почивать на лаврах, понимая, что завтра их обойдет другой.

---

Наличие возможностей — это не обязательное  
условие для достижения цели.

---

Благодаря моей работе в продажах я не только понял, как больше продавать, но и получил опыт по достижению цели, развил навыки по чтению и пониманию невербальных сигналов, создал две новые концепции «Часы продаж» и «Часы сопровождения», которые сейчас пользуются большим спросом по всей стране.

Основная цель участников моих семинаров — это стать успешными в продажах и жизни. Благодаря изучению нового подхода в продажах они в короткие сроки достигают желанных целей. Так происходит потому, что мои слушатели получают те инструменты и техники, которые действительно работают на переговорах.

В этой книге я постараюсь дать вам максимум информации, чтобы вы смогли сделать свою жизнь такой, какой хотите! Поделюсь конкретными техниками и связками техник, как убеждать ваших покупателей — да и не только покупателей, но и всех людей, с которыми вы общаетесь. Расскажу, как составлять речевые

модули для скриптов на холодном прозвоне и для написания сценариев при проведении очных встреч. Вы узнаете, на какие невербальные сигналы действительно нужно обращать внимание, чтобы понять, о чем думает ваш собеседник. Вы получите четкие инструкции и рекомендации, как применять материал из этой книги на практике, чтобы быстро увидеть результат.

У вас в руках готовый тренинг по продажам! Внимательно изучите все предложенные мной скрипты и пользуйтесь ими для достижения своих целей!

А пока я вернусь к своей истории.

Итак, где взять тысячу евро? Ответ не заставил себя долго ждать — заработать! Если на заводе выше крыши не прыгнешь, установлен оклад — значит, нужно искать другие источники. Кстати, в то время я неплохо разбирался в компьютерах, еще до армии успел пройти курсы пользователя ПК, и принял решение попробовать себя в продажах этой техники. Интернета тогда у меня не было, но была местная газета, в которой были две важные колонки: одна — «продам», другая — «куплю». Я купил свежий выпуск и начал изучать, кто продает компьютеры и кто нуждается в хорошем, мощном и в то же время дешевом устройстве. Первого клиента я нашел без проблем, но купить он хотел за 5 тысяч рублей, а по продажам ПК самая низкая цена в газете — 8 тысяч. Что-то не сходится...

Я встретился с продавцом и решил уговорить его продать мне компьютер за меньшие деньги. А своему покупателю попробую продать не за 5 тысяч, а за 7, думал я. Небольшая, но прибыль. Встреча с продавцом закончилась ничем, я не смог сбить цену. Возник первый вопрос: как покупать дешевле? Или как успешно торговаться?

Думаю, вы тоже хотели бы покупать товары, услуги по меньшей стоимости, но как торговаться? Мне явно не хватало информации по ведению переговоров, пришлось обратиться к психологии и попробовать найти ответ там.

Почему именно психология? На тот момент в моей домашней библиотеке были в основном книги по психологии, я еще с 14 лет увлекся изучением механизмов функционирования человеческой психики. Мне было интересно понять закономерности поведения людей в различных жизненных ситуациях. Особенно я любил читать про невербальную коммуникацию. Вы только представьте, какие колоссальные возможности дает вам понимание языка тела!

По движению одного плеча собеседника вверх при ответе на мой вопрос уже было понятно, что есть какие-то преграды и он не готов со стопроцентным рвением выполнять мою просьбу. Я пользовался этими знаниями и делился ими с друзьями, но никогда не думал, что их можно применить и в продажах.

При посещении книжных магазинов мне не приходило в голову, что если хорошо поискать, то можно найти книги по продажам с готовыми скриптами и техниками; но так как потребности у меня не было, то и фокус внимания был направлен на другую литературу.

Итак, пришло время под другим углом взглянуть на прочитанный материал и адаптировать информацию под продажи. Выбрав пару книг, я освежил знания, зарядился энтузиазмом и настроился на успешный результат.

Буквально на следующий день я еще раз позвонил продавцу ПК и предложил ему очередную встречу, на которой мы обсудили бы вопрос продажи и мои новые условия.

На встрече я не стал сразу пытаться торговаться, решил, что лучше начать с вопросов. Собрав немного информации о прошлом (сколько лет компьютеру, где покупали, сколько раз переустанавливали операционную систему), я перешел к будущему и спросил: «Что вы хотите купить на деньги от продажи своего компьютера?» Продавец ответил, что сейчас нужен ноутбук, и не столько для него, сколько для жены. В этот момент у меня вырвался следующий вопрос, который я использую и по сей день. Энергетика этого вопроса настолько велика, что даже поразительно, насколько сильно меняется ход событий в переговорах. Вот он, этот вопрос: «Давно уже думаете о покупке ноутбука?»

---

Вызывая эмоцию печали у собеседника, будьте готовы сочувствовать.

---

Такой вопрос всегда вызывает эмоцию, и почти всегда — печаль. В редких случаях можно увидеть радость или гнев, еще реже встречается чувство вины.

Радость вы увидите тогда, когда человек уверен, что в ближайшее время он гарантированно получит то, что хочет, и у него уже есть четкий план. Но представьте: вы на переговорах с клиентом, он пока не собирается покупать ваш товар или услуги и уж тем более пока не понимает, каким образом ваше предложение поможет ему достичь цели. Вы проводите исследование, узнаете о его планах, затем задаете наш **усиливающий вопрос** и видите...