**Анонс журнала «Продавать! Техника продаж», № 3, 2014**

**«Продавать! Техника продаж», № 3: Почему клиент возражает**

*Почему клиент возражает? Казалось бы, менеджер по продажам подготовил для заказчика лучшее предложение по выгодной цене, провел блистательную презентацию, но… Вместо того, чтобы подписывать договор клиент начинает высказывать сомнения. В подобной ситуации продавцы иногда теряют самообладание и способность адекватно реагировать на слова потенциального заказчика. Почему одни менеджеры по продажам могут легко работать с возражениями, а другие, услышав сомнения клиента, опускают руки? И почему у покупателя возникают возражения – это результат ошибочных действий продавца или неизбежный этап процесса продажи? Ответы на эти вопросы читайте сегодня в номере.*

*А также эксперты нашего журнала расскажут о том, что способствует удержанию постоянных клиентов, поделятся секретами достижения успеха в продажах, дадут рекомендации по рациональному использованию рабочего времени. Кроме того, расскажем о том, как подготовить сценарий телефонных переговоров с клиентами, как грамотно вести переговоры при личной встрече и осветим много других интересных вопросов, с которыми ежедневно сталкиваются продавцы в своей нелегкой, но и интересной работе.*

**РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ**

**ВОЗРАЖЕНИЯ КЛИЕНТА – ПОСЛЕДСТВИЯ ОШИБОК ПРОДАВЦА ИЛИ НЕИЗБЕЖНЫЙ ЭТАП ПРОЦЕССА ПРОДАЖИ?**

***Павел Володин,*** *генеральный директор компании «Биллион»*

Тема нашей сегодняшней статьи – возражения клиента. Мой опыт работы в продажах говорит, что очень многие достойные предложения продавца разбились о возражения клиента. Сегодня мы постараемся разобраться в причинах появления у покупателя возражений, их природе, а также методах работы с возражениями.

**ПРОДАЖИ ПО ТЕЛЕФОНУ**

**КАК ПОДГОТОВИТЬ СЦЕНАРИЙ ТЕЛЕФОННЫХ ПЕРЕГОВОРОВ**

***Евгений Романенко,*** *бизнес-консультант, совладелец компании по сертификации систем менеджмента www.TetraCert.ru с партнерской сетью 50+ представителей в 30 регионах РФ и консалтингового проекта* [*www.TetraSales.ru*](http://www.TetraSales.ru)

Телефон – один из лучших инструментов в сфере маркетинга и управления продажами. Современный человек может за неделю с помощью телефона пообщаться с людьми в большем количестве, чем двести лет назад встретил бы за всю свою жизнь.

**ЭКСПЕРТИЗА**

**КАК ПРОДАВЦАМ УДЕРЖИВАТЬ ПОСТОЯННЫХ КЛИЕНТОВ**

***Лариса Федорова****, соавтор интернет-проекта «DiS –Территория достижений», ведет индивидуальный коучинг по интернет-маркетингу и продвижению в Интернет*

Ни для кого не секрет, что основной доход компании приносят постоянные заказчики. На привлечение новых клиентов в текущей рыночной ситуации тратится немало денег, да и других ценных ресурсов. И если компания ориентирована на разовые продажи, то она не только работает неэффективно, но и недополучает огромную часть прибыли. В этой статье речь пойдет о способах удержания постоянных клиентов, которые в долгосрочной перспективе оборачиваются увеличением прибыли компании.

**РАБОТА С КЛИЕНТОМ**

**«ПРИРУЧАЙТЕ» КЛИЕНТОВ! ИЛИ ЧТО ОБЕСПЕЧИТ РОСТ ПРОДАЖ?**

***Геннадий Минченко****, бизнес-тренер, консультант, член ассоциации независимых консультантов «БизКон»*

В задачи менеджеров по продажам во многих компаниях входит и привлечение клиентов, и перевод потенциальных покупателей в разряд реальных, и удержание заказчиков. И если первым двум задачам уделяется масса ресурсов, как самой компании, так и продавцов, то о решении последней задачи нередко вообще забывается. Каким образом продавцу нужно работать с разными типами клиентов, чтобы обеспечить рост продаж?

**ТОЧКА ЗРЕНИЯ**

**ЧТО СПОСОБСТВУЕТ РАЗВИТИЮ ДОЛГОСРОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ**

Когда уходит клиент, теряет прибыль и компания, и сам продавец. Но часто мы осознаем наши ошибки лишь тогда, когда их совершаем. Также происходит и в продажах: менеджер тратит немало времени и сил на то, чтобы привлечь новых заказчиков, но, как только сделка заключена, «продажник» забывает о покупателе. А потеря «обратной связи» с клиентами зачастую приводит к их потере. Сегодня эксперты нашего журнала дадут рекомендации по удержанию постоянных заказчиков, подскажут, что обеспечит формирование долгосрочных отношений с клиентами.

**ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ, ИЛИ РОЛЬ ПРОДАВЦОВ В ФОРМИРОВАНИИ ЛОЯЛЬНОСТИ КЛИЕНТОВ**

Для каждой компании важно не просто привлечь клиентов, но и добиться развития с ними лояльных долгосрочных отношений. Как этого достичь? Над решением этого вопроса работают и отдел маркетинга, и руководство коммерческих подразделений, но в некоторых компаниях недооценивают роль продавцов в удержании заказчиков. О том, как менеджеры по продажам могут помочь в создании лояльных отношений с клиентами, нам расскажут сегодня руководители отделов продаж.

**ПРОДАВЦУ НА ЗАМЕТКУ**

**НАСТРОЙ ПРОДАВЦА НА ПОЗИТИВ, ИЛИ КАК ИЗБАВИТЬСЯ ОТ СТРАХА СОВЕРШИТЬ ОШИБКУ**

***Александр Белановский,*** автор глобальной системы обучения руководителей малого бизнеса «Продажи чужими руками». Руководитель, бизнес-тренер, мотиватор и организатор

Каждый человек в своей жизни сталкивался с услугами продавца, но не каждый знает, что продавцами в этой жизни являются все без исключения. Большинство людей сейчас начнут возмущаться и говорить: «Я не торгую, я работаю учителем (врачом, парикмахером)». Но кем бы вы ни работали, в первую очередь вы продаете миру себя, свои товары и услуги.

**ПУТЬ МЕНЕДЖЕРА ПО ПРОДАЖАМ К УСПЕХУ: ШАГ ЗА ШАГОМ**

***Татьяна Владимирская****, бизнес-консультант*

Каждый менеджер по продажам, конечно же, хочет добиться успеха. И большинство из них многое для этого делают. Так почему же успешных продавцов не так уж и много? Что же менеджеры по продажам делают не так? Вероятно, причины у каждого из продавцов разные, но дорога к успеху у всех одна или каждому нужно прокладывать свой путь? И как продавцу понять, что он идет правильной дорогой?

**РАБОТА С КЛИЕНТОМ**

**ТАКТИКА РАБОТЫ С ПРОБЛЕМНЫМИ КЛИЕНТАМИ**

Менеджеры по продажам нередко тратят много времени и сил на то, чтобы добиться доверия клиентов. Несомненно, когда продавец способствует достижению лояльных долгосрочных отношений с заказчиками – это хорошо, но всегда ли это выгодно предприятию? Существует категория проблемных клиентов, сотрудничество с которыми зачастую имеет ряд негативных последствий для компании. И сегодня руководители отделов продаж и продавцы помогут нам разобраться с тем, какой тактики нужно придерживаться, чтобы выстроить грамотные отношения с так называемыми проблемными клиентами.

Подробную информацию о журнале и условиях подписки Вы можете найти на сайте <http://tehnikaprodazh.ru/>.