

## Оглавление

<b>ОБХОД СЕКРЕТАРЯ</b> .....	<b>4</b>
Метод "Меня все ждут".....	4
Метод "Как вас зовут?".....	4
Метод "Дайте мне совет".....	4
Метод "Компетентность".....	4
Повышение собственного статуса.....	4
Метод "Смягчение".....	5
Формализация.....	5
Выяснение ЛПР от третьего лица.....	6
Обход секретаря через бухгалтерию.....	7
<b>ПЕРЕГОВОРЫ С ЛПР</b> .....	<b>7</b>
<b>ОБЩИЕ ПРИЕМЫ И ПРАВИЛА</b> .....	<b>7</b>
Стратегия давления.....	7
Стратегия "плюс-минус".....	7
Стратегия эмоциональной уверенности.....	8
Стратегия прямого позитивного предложения.....	8
Детализация.....	8
Языки характеристик, выгод, преимуществ.....	9
Образные сравнения.....	11
Иносказания и метафоры.....	11
Правило "потому что".....	11
Вербальные иллюстрации.....	12
Подчинение последовательности и собственным обязательствам.....	13
Побуждение.....	13
<b>МЕТОДЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ</b> .....	<b>14</b>
Метод "Специфика клиента".....	14
Метод "Наша специфика".....	14
Метод "Очевидное и неоспоримое".....	14
Метод "Если... то...".....	15
Метод "Наши новинки".....	15
Метод "Отзывы и ссылки".....	16
Попутные сообщения.....	16
Метод "Комплименты".....	16
Альтернативный вопрос.....	17
Риторический вопрос.....	17
Цифры.....	17
Безапелляционное заявление.....	18
Запретный плод.....	18
<b>ПРИЕМЫ АКТИВНОГО СЛУШАНИЯ</b> .....	<b>18</b>
Выяснение.....	18
Дословное повторение.....	19
Оборот "правильно ли я вас понял".....	20
Перефразирование слов партнера.....	20
Интерпретация.....	21
Поддакивание.....	21
<b>ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТА</b> .....	<b>21</b>
Повтор.....	21
Доступность.....	21
Раскрытие аргументов.....	22

# Эффективные техники для холодного звонка

<i>Хронологический порядок расстановки аргументов</i> .....	22
<i>Пространственный порядок расстановки аргументов</i> .....	23
<i>Тематический метод подачи аргументов</i> .....	23
<i>Стратегия крещендо</i> .....	23
<i>Стратегия диминуэндо</i> .....	23
<i>Метод сравнений</i> .....	23
<i>От частного к общему</i> .....	24
<i>От общего к частному</i> .....	24
<i>Метод "Да, НО, другое Да, другое НО, еще одно Да, и никаких НО"</i> .....	25
<i>Метод "Причина — следствие"</i> .....	25
<i>Подведение итогов</i> .....	26
<i>Правило последнего козыря</i> .....	26
<b>РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ</b> .....	<b>26</b>
<i>Возражения и объективные условия</i> .....	26
ТЕХНИКИ РАЗЛИЧЕНИЯ ЛОЖНОГО И ИСТИННОГО ВОЗРАЖЕНИЯ. ТЕХНИКИ РАЗДЕЛЕНИЯ ПЕРВОСТЕПЕННЫХ И ВТОРОСТЕПЕННЫХ ВОЗРАЖЕНИЙ. ....	27
<i>Техника «Представим, что...»</i> .....	27
<i>Заигранная пластинка</i> .....	27
<i>"Что-нибудь еще?"</i> .....	27
<i>"Отложим па пару минут"</i> .....	28
<i>"Искренность"</i> .....	28
<i>Метод "Собственные предположения"</i> .....	28
ФОРМЫ ОБРАБОТКИ ВОЗРАЖЕНИЙ .....	28
<i>Логический способ</i> .....	29
<i>Предъявление трех причин</i> .....	29
<i>Метод постепенного предложения аргументов: "Согласен", вопрос, предложение</i> .....	29
<i>Эмоциональный способ</i> .....	30
<i>Метафоры</i> .....	30
<i>Поговорки, пословицы, цитаты, изречения</i> .....	31
<i>Ссылка на нормы</i> .....	31
<i>Ссылка на даты</i> .....	31
<i>Ссылка на третьи факторы</i> .....	32
<i>Метод сходства</i> .....	32
<i>Сдвиг в прошлое</i> .....	32
<i>Сдвиг в будущее</i> .....	33
<i>Бумеранг</i> .....	33
<i>Сосредоточение на позитиве</i> .....	34
<i>Подмена возражения</i> .....	34
<i>Смена роли клиента</i> .....	34
<i>Приведение примеров</i> .....	35
<i>Игровая провокация</i> .....	35
<i>Наезд</i> .....	35
<i>Переключение на другую тему</i> .....	35
<i>Метод щенка</i> .....	35
<i>Метод "Вижу — думаю — хочу"</i> .....	36
<i>Разделение условий с конкурентами</i> .....	37
<i>Сравнение</i> .....	37
<i>Метод «Да, но...»</i> .....	37
<i>Завышение планки</i> .....	37
<i>Техника личного воздействия</i> .....	38
ВОЗРАЖЕНИЯ ОТНОСИТЕЛЬНО ЦЕНЫ .....	38
<i>Апелляция к высшей выгоде</i> .....	38
<i>Метод вычитания</i> .....	38
<i>Метод деления</i> .....	39
<i>Сведение к пустяку</i> .....	39
<i>Сведение к абсурду</i> .....	39
<i>Метод контраста</i> .....	39

# Эффективные техники для холодного звонка

<i>Метод сэндвича</i> .....	40
<i>Говорите об амплитуде цен</i> .....	40
<b>КОНТРОЛЬ ОПЛАТЫ</b> .....	<b>40</b>
<i>Уточняйте детали</i> .....	40
<i>Ссылка на собственные платежи</i> .....	41
<i>Ссылка на внутренние процессы в своей компании</i> .....	42
<i>Ссылка на бухгалтерию</i> .....	42
<i>Ссылка на договор</i> .....	42
<i>Роль жертвы</i> .....	43
<i>Клиент-спаситель</i> .....	43
<i>Ссылка на другого человека в фирме-плательщике</i> .....	44
<i>Метод "Эксклюзив"</i> .....	44
<i>Ссылка на реализованный продукт</i> .....	44
<b>МЕТОДЫ НЛП</b> .....	<b>44</b>
<i>Стратегия «вижу — чувствую»</i> .....	44
<i>Переход от диссоциированного образа к ассоциированному</i> .....	45
<i>Речевые пресуппозиции</i> .....	45
<i>Подстройка по ценностям</i> .....	45
<i>Создание комплексных эквивалентов</i> .....	45
<i>Позитивные формулировки</i> .....	45
<i>Проекция в будущее</i> .....	45
<i>Позитивные ожидания</i> .....	45
<i>Гипнотические повторы</i> .....	45
<i>Разрыв шаблона</i> .....	46
<i>Незавершённое действие</i> .....	46
<i>Эмоционально значимые слова</i> .....	46
<i>Создание необходимости срочно принять решение</i> .....	46
<i>Техника давления на клиента</i> .....	46
<i>Иллюзия выбора</i> .....	46
<i>«Вместе»</i> .....	46
<b>МЕТОД СПИН</b> .....	<b>47</b>
<i>Ситуационные вопросы</i> .....	47
<i>Проблемные вопросы</i> .....	47
<i>Извлекающие вопросы</i> .....	47
<i>Направляющие вопросы</i> .....	47