

РАБОЧИЕ МОМЕНТЫ

ВВЕДЕНИЕ

**Благодаря нескольким годам
работы с клиентом всегда можно
сэкономить несколько дней
тренингов.**

*Парафраз «Открытия
Уестерхейма»*

Здравствуйте.

Меня зовут Сергей Азимов.

Я бизнес-тренер, веду тренинги.

Специализируюсь на приемах психологического влияния, необходимых каждому, кто занимается продажами или ведет переговоры.

Вы читаете данные строки, и, исходя из этого, логично предположить, что у вас может быть интерес к одной из нижеперечисленных тем:

- 🍏 НАЗНАЧЕНИЕ ВСТРЕЧ ПО ТЕЛЕФОНУ;
- 🍏 ПРОДАЖИ ПО ТЕЛЕФОНУ;
- 🍏 ТЕХНОЛОГИИ «ХОЛОДНЫХ» ЗВОНКОВ;
- 🍏 АКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ;
- 🍏 ПРОДАЖИ В САЛОНЕ;
- 🍏 ПЕРЕГОВОРЫ;
- 🍏 ЖЕСТКИЕ ПЕРЕГОВОРЫ;
- 🍏 ПСИХОЛОГИЯ ВЛИЯНИЯ;
- 🍏 МЕТОДЫ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ.

Разумеется, всему этому вы можете обучаться сами или организовать обучение для своих сотрудников, а книга является своего рода провайдером для дальнейшего нашего знакомства.

Итак.

Цель издания и написания этой книги — познакомить вас с уникальной, не имеющей аналогов разработкой в области продаж, переговоров.

Для чего я сначала изложу тезисную часть книги «Продажи. Переговоры».

Что это означает.

Точно так же, как и в других книгах, я буду излагать описание того, **ЧТО** надо делать.

Например:

- 🍏 **ДЕЛАЙТЕ КОМПЛИМЕНТЫ;**
- 🍏 **ВЫЯВЛЯЙТЕ ПОТРЕБНОСТИ;**
- 🍏 **УКАЖИТЕ ВЫГОДУ И Т. Д.**

Но.

Самое сложное, как правило, состоит не в том,

ЧТО именно нужно **ЗНАТЬ**,

а в том, чтобы **ЗНАТЬ И УМЕТЬ**,
КАК ИМЕННО ПРАВИЛЬНО СДЕЛАТЬ,

а если еще точнее,
ЧТО КОНКРЕТНО НУЖНО СКАЗАТЬ
в данной ситуации.

И здесь самым эффективным инструментом являются конкретные **ПРИМЕРЫ** речевых **ЗАГОТОВОК** для конкретных ситуаций, которые встречаются в повседневной жизни человека, ведущего переговоры.

Таких заготовок и примеров в полной версии книги около 1200.

Здесь я привожу только тезисы и некоторые примеры.

Ваша задача: читайте, оценивайте, сравнивайте.

Если вдруг вам покажется, что мои тексты достаточно просты, понятны, конкретны и эффективны, то это хороший знак, потому что на тренинге я придерживаюсь именно такого разговорного стиля.

На последних страницах книги я размещу свое непосредственное коммерческое предложение на тот случай, если вы вдруг решите, что с моей деятельностью стоит ознакомиться поближе.

Всем удачной охоты.

С уважением,

Сергей Азимов

Для кого предназначена книга

Данный материал предназначен, в первую очередь, для людей, которые по роду своей деятельности продают, ведут переговоры.

А также для всех тех, кому интересны приемы, используемые в психологии влияния.

О специфичности издания

В книге приведен самый минимум информации, которая также важна при проведении переговоров, но найти которую возможно в других источниках.

Например, минимально освещены такие темы:

- 🍏 ПОДГОТОВКА К ПЕРЕГОВОРАМ;
- 🍏 ИНФОРМАЦИОННАЯ РАЗВЕДКА;

- 🍏 ОДЕЖДА, СТИЛЬ, ИМИДЖ;
- 🍏 ЯЗЫК ТЕЛОДВИЖЕНИЙ, ЖЕСТИКУЛЯЦИЯ, МИМИКА;
- 🍏 СТРАТЕГИИ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ И Т. Д.

О стиле написания

Я намеренно отказался от услуг литературного редактора, так как существует огромная разница между письменным литературным и разговорным языком.

Это не книга в обычном понимании этого слова, скорее это конспект с большим количеством техник, ситуаций и примеров, которые встречаются на практике.

О том, как пользоваться

Разумеется, каждый пользователь будет подгонять все под свою специфику, и для этого я специально оставил свободные места, чтобы вы могли делать заметки и выполнять упражнения.

То, что я слышал на протяжении 7 лет от своих слушателей на тренингах, дает мне право полагать, что речевые заготовки, изложенные в книге, возможно употреблять практически «с колес».

Техники могут пересекаться и встречаться в разных частях.

Некоторые заготовки могут «резать» слух и казаться неэффективными. Основываясь на опыте ведения тренингов, замечу: одна и та же фраза, сказанная с разной интонацией, может иметь совершенно противоположный эффект.

Поэтому — подгоняйте под свою специфику, тренируйтесь и упражняйтесь в команде или «в поле».

С уважением,

Сергей Азимов