



**PREMIUM
MANAGEMENT**

УЧЕБНИК ЖИЗНИ

Программа авторского онлайн-курса
Сергея Азимова “Продажи. Переговоры”



Онлайн-школа
Premium Management

Лекция 1. Установление контакта

- Энергетически сильные люди
- Как настроиться на переговоры?
- Внешний вид
- Использование имени клиента
- Постановка голоса
- Присоединение к ценностям
- Техника комплиментов
- Табу при установлении контакта

Лекция 2. Начало разговора

- Приветствие и самопрезентация
 - презентация компании
 - презентация себя
 - «фишки» в презентации, которые заинтересуют вашего оппонента
- Цель встречи/звонка
 - типичные ошибки
 - режим разведки
 - речевые заготовки для обозначения цели встречи/звонка
- Техника «вбитие крюка»
 - апелляция к факту встречи или к оставленной заявке
 - апелляция к прецедентам
 - апелляция к высшей выгоде клиента
- Техника «задавание/закладывание программы»
 - план действий
 - снятие негативных последствий
 - «чувство меры – дар богов»

Лекция 3. Выявление потребностей

- Техника «спрашивание разрешения»
- Техника «перехват инициативы»
- Техника «обнесение загоном»
- Вопросы по технике СПИН

Лекция 4. Презентация

- Стандартные ошибки проведения презентации
- Тактики аргументации:
 - ковровая бомбардировка
 - снятие обратной связи
 - увод на завершение сделки
- Предварительный сбор аргументов
- Тактико-технические характеристики
- Техника «пояснение»
- Монетизация

Лекция 5. Обработка возражений

- Возражения истинные и ложные
- Алгоритм обработки возражений:
 - режим присоединения
 - приемы аргументации
 - увод фокуса внимания
- Формы присоединения
- Приемы аргументации:
 - апелляция к высшей выгоде
 - готовые речевые заготовки
 - техника «три причины»
- Экстра-бонус. Забота о клиенте

Лекция 6. Активное слушание и завершение сделки

- Активное слушание
 - разбор понятий активное слушание и эмпатия
 - перебивание и договаривание
 - техника «дословное повторение слов клиента»
 - техника «это были Ваши слова»
- Завершение сделки
 - упущенная сделка
 - техники «увода клиента»
 - согласие по второстепенному пункту
 - легкий вопрос
 - выбор без выбора
 - «после того как»
 - фиксация договоренностей

Лекция 7. Называние цены

- Почему у клиента возникает реакция «дорого»?
- Страх цены у продавца. Цена и ценность
- Техника «называние цены в конце презентации»:
 - техника «прямое обоснование»
 - техника «задавание программы»
 - техника «вилка цен»
- Правило «сэндвич»
- Техника «называние цены в начале презентации»
- Прием «разбитие цены»
- Прием «использование константы»
- Прием «сравнение цены с полученной экономией»
- Прием «продать разницу в цене»
- Прием «бонус»

Лекция 8. Психология влияния

- Манипуляции – это хорошо или плохо?
- Прием «принцип контрастного восприятия»
- Прием «режим дефицита»
- Прием «принцип социального доказательства»
- Прием «принцип взаимного обмена»
- Важность качественной обратной связи