


ПОСОБИЕ ПО ВЫЖИВАНИЮ ДЛЯ ПРОДАВЦА

# КАК ЗАКРЫВАТЬ СДЕЛКИ

*Более чем 100 способов  
подписать договор*

A close-up photograph of a fountain pen nib, likely a Montblaster Meisterstück, with a black ink splatter above it. The nib is silver with gold-colored accents and is positioned diagonally from the bottom right towards the center. The ink splatter consists of several dark, irregular spots of varying sizes, suggesting the pen has just been used.

# ГРАНТ КАРДОН

АВТОР КНИГИ-БЕСТСЕЛЛЕРА ИЗ СПИСКА «НЬЮ-ЙОРК ТАЙМС»  
ВЕДУЩИЙ ТЕЛЕПРОГРАММЫ ПО ОБУЧЕНИЮ БИЗНЕСУ «КОРОЛЬ ПЕРЕМЕН»

# ОТЗЫВЫ ЧИТАТЕЛЕЙ

## «Пособие по выживанию для продавца: как закрывать сделки»

«Он снова это сделал! Данная книга — энциклопедия информации, которая поможет закрывать любые ситуации, верно реагировать на возражения и договариваться как профи».

— Рон Палмер, “DCH Group”

«Грант сосредотачивается на мировых продажах. Многие люди, которые дают советы по продажам, не продали в своей жизни ни одной вещи. Техники Гранта прошли закалку реальностью и работают в реальном мире. Это самый лучший справочник о закрытии продаж, который только можно найти».

— Дункан Скэппи, “Moore & Scarry Advertising”

«Это ваша “Библия” для закрытия сделок и ведения переговоров. Эта книга должна быть у каждого продавца!»

— Джон Костокос, профессиональный продавец

«Грант Кардон показывает, как превращать потенциальных клиентов и возможности в сделки и деньги».

— Мими Старрет, ветеран с двадцатилетним стажем работы  
в “Luxury Homes Sales” в городе Беверли-Хиллз

«Мир заполнен продавцами, но чего ему не достаёт — так это профессионалов в продажах. Эта книга превратит вас в профи».

— Мишель Севарт,  
Главный исполнительный директор  
компании “Protégé Financial”

«За мои 20 лет в этом бизнесе не было никого, кто бы приблизился к Гранту Кардону, купите книгу не только для себя, но и для всех своих продавцов, как это сделал я!»

— Марк Хоч, Директор по продажам

«Не обманывайте себя мыслями, что вы продавец, если не умеете закрывать сделки. Продажи без закрытия — это вовсе не продажи. Это как брак без супруга... невозможно!»

— *С.П., Главный исполнительный директор “Elan Vital LLC”*

«Информация в этой книге - самая действенная и эффективная, которую я когда-либо использовал!»

— *Стив Закар, морской пехотинец в отставке и профессиональный продавец*

«Информацию из книги “Пособие по выживанию для продавца: как закрывать сделки” можно применить к любой должности в сфере продаж. Приобрети её, Прочитай её, Выучи её, и ты начнёшь Преуспевать.»

— *Джон Хамлин, Главный исполнительный директор компании “Hamlin and Assoc.”*

«Учись у лучших! Эта книга — справочник, который можно использовать в любых жизненных ситуациях, чтобы получить “ДА” вместо “НЕТ”. Вы будете ждать возражений клиента, потому что вы будете знать, как использовать их для завершения сделки!»

— *Фредерик Карильо, независимый агент по продажам в компании “Enagic”*

«Это крайне необходимая книга для продавцов. Большинство из них хорошо выполняют работу, продавая товар, а потом всё рушится из-за страха закрыть сделку. Данная книга — это абсолютный путеводитель, который разрушит все страхи и создаст уверенность, необходимую для устранения конкуренции».

— *Роб Роджерс, Генеральный менеджер*

«Я начал изучать закрытие сделок по Гранту, как астроном изучал бы звёзды, и “закрывать сделку” стало самой лёгкой частью в продажах. На сегодняшний день я в списке 1 % лидеров всех продавцов, благодаря информации в этой книге».

— *Карлос Пантера, профессионал в закрытии сделок*

«Это самая полезная информация, которую я когда либо читал о том, как вести переговоры и закрывать сделки».

— *Ерик Парматер, изобретатель устройства “Wickler”*

«После изучения книги Гранта по закрытию сделок, мой доход удвоился».

— *Эд Дойль, старший менеджер по работе с клиентами*

«Грант Кардон написал произведение искусства в закрытии сделок. Эту книгу ДОЛЖЕН прочесть каждый в любой сфере деятельности и любом статусе. Эта книга изменила мои представления о мире “торговли” и о продажах навсегда!»

— *Роберт Майнер, Сетевые разработки и маркетинг*

«Грант Кардон прославился в искусстве закрытия сделок на таком же уровне, как Тайгер Вудс прославился в гольфе. Грант, твой материал по закрытиям, твой совет и жизненное вдохновение дали мне направление и цель в жизни».

— *Мишель Клапрат, лидер в продажах среди женщин, “Gauthier Group”*

«В этой книге есть всё, что вам нужно знать, чтобы стать истинным профи в закрытии сделок».

— *Брэд Мугг, Генеральный директор, “Norm Reeves Honda”*

«Даже не пытайтесь соревноваться, не имея всего арсенала техник Гранта Кардона в области закрытия сделок! Информация хотя бы об одной из техник закрытия может принести вам сотни тысяч долларов».

— *Варрен Хайнс, бизнесмен*

«Я зарабатываю больше денег, чем когда-либо в своей жизни».

— *Дерек Траммел, Тренер по продажам*

«Грант научит вас как продавать и закрывать сделки, так что вы сможете спать по ночам. Он — мастер в закрытии сделок и научит вас вещам, которые пригодятся на протяжении многих лет. Его книги долговечны, а не просто — ну, мода данного месяца».

— *Бред Хааг, Главный исполнительный директор и основатель компании “Haag Investment Group”*

«Я был настолько поражён книгами Гранта, что немедленно приобрёл 45 копий и отправил экземпляр каждому из моих клиентов».

— *Джон В. Эллиот, основатель “Power PR, Ink”*



Пособие по выживанию  
для продавца

# КАК ЗАКРЫВАТЬ СДЕЛКИ

Как добиваться согласия  
со всеми, везде и всегда

+

Более 100 способов  
заключить договор

## ГРАНТ КАРДОН



Москва  
Издательство АСТ

УДК 882  
ББК 84 (2Рос-Рус) 6  
К21

## THE CLOSER'S SURVIVAL GUIDE

Перевод с английского издания Владимира Резникова

Все права защищены законом.

Ничто из данной публикации не может воспроизводиться, храниться в воспроизводимой форме, либо распространяться любыми способами – электронным, механическим, фотокопированием, в виде звукозаписей, либо каким-либо иным способом, без предварительного письменного разрешения владельца авторских прав.

Издано по заказу ИП Мусатов Д.В.  
При технической поддержке ООО «Издательство АСТ».

### **Кардон, Грант.**

К21 Пособие по выживанию для продавца: как закрывать сделки / Грант Кардон ; пер. с англ. В. Резникова. – Москва : Издательство АСТ, – 2017. – 352 с.

ISBN 978-5-17-100600-6 (Издательство АСТ)

ISBN 978-5-9905804-6-6 (Первое издание)

ISBN 978-0-615-55887-5 (Англ.)

Эта книга — не теоретическое пособие по продажам, а собрание реальных приемов, ведущих к закрытию. «Научитесь закрывать сделки, и вы никогда не останетесь без работы и денег», — утверждает Грант Кардон. В этой книге описан впечатляющий арсенал приемов за всю историю продаж. Более 120 способов закрыть сделку из которых: 31 закрытие с улаживанием возражений клиента по цене; 17 закрытий, когда у клиента нет времени; 3 закрытия, когда клиент говорит: «Вы что, на меня давите?»; 3 закрытия, когда клиент не согласен с условиями договора; 8 закрытий, когда клиент говорит, что ему нужно подумать; и еще 64 самых творческих закрытия..

**УДК 882**

**ББК 84 (2Рос-Рус) 6**

© Grant Cardone Library &  
Cardone Enterprises, 2009  
© Grant Cardone Library & Cardone  
Enterprises, ATManagement-USA  
LLC (перевод), 2014

ISBN 978-5-17-100600-6 (Издательство АСТ)  
ISBN 978-5-9905804-6-6 (Первое издание)  
ISBN 978-0-615-55887-5 (Англ.)

*«Научитесь закрывать сделки,  
и вы никогда не останетесь  
без работы и без денег»  
— Грант Кардон*

# Оглавление

Введение .....	11
Цель этой книги .....	13
Закрытие сделки — эндшпиль игры .....	17
Решающая точка обмена.....	19
Создание экономики.....	23
Цель «закрывателя».....	29
Уметь — стабильность иметь .....	36
Наука закрывать .....	42
Граница между победой и проигрышем, или Решающий миг .....	48
10 причин неудачи «закрывателей».....	53
Правила игры.....	64
ТЕХНИКИ ЗАКРЫТИЯ .....	77
Предметный указатель техник закрытия.....	334
Об авторе.....	341
Глоссарий.....	343

# Введение

Последний шаг при достижении ЛЮБОЙ цели — «закрыть» продажу. То действие, которое можно назвать словом «закрыть» — не просто что-то, что делают продавцы, а нечто, что касается каждого. Ничего не произойдёт до тех пор, пока вы не сумеете привлечь поддержку, энергию и ресурсы других людей. Как бы жестоко это ни звучало, но «закрытие» — это то, что отделяет имущих от неимущих. Эта жизненно важная способность решает ход дела и отделяет простого мечтателя от гения, который воплощает мечты в жизнь.

В мире полно людей с великим видением новых товаров или идей, которые изменяют мир, но всё это не становится реальностью — лишь потому, что мечтатель не сумел «закрыть» других, чтобы они поддержали его видение. В нашем мире — изобилие великих идей и благородных мечтаний, однако, не хватает людей, которые умеют закрывать, и, таким образом, заручаться финансированием, поддержкой и приверженностью других. Способность закрывать сильнее влияет на судьбу, чем любой другой приобретённый в жизни навык.

Быть может, вам это покажется преувеличением, но есть только одна причина, по которой вам известны имена этих людей: Христофор Колумб, Бенджамин Франклин, Авраам Линкольн, Томас Эдисон, Генри Форд, Джон Кеннеди, Мартин Лютер Кинг, Уолт Дисней, Мать Тереза, Бил Гейтс, Стив Джобс, полковник Сандерс, Опра Уинфри и Барак Обама. Причина такова: они преуспели в том, чтобы «закрыть» других по отношению к своим идеям. Они внушили другим желание их поддерживать, и, таким образом, смогли добиться того, чтобы за их идеями стояли деньги, энергия и усилия людей.

Но искусство продаж не ограничено работой продавцов. Это необходимый навык для каждого, кто хочет вывести на рынок свои идеи, мечты, товар или услуги. Закрывать — незаменимое действие для любого человека, который хочет получить работу или хочет, чтобы ему повысили зарплату. Закрывать необходимо для того, чтобы добиваться своего и в карьере, и в жизни.

Ничто не обходится человеку или компании дороже, чем неумение «закрывать» людей — по отношению товаров, услуг, идеи или мечты! Неспособность завершить сделку истощает убеждения человека и его веру в себя. Он заметно падает духом и постепенно отказывается от своих стремлений; его внимание застревает на проигрышах и неудачах, а не направляется на уверенность в своих силах и на компетентность, которые порождаются закрытием «продаж».

Неуспешная попытка закрыть подавляет и людей, и компании, потому что лишь усиливает неуверенность, нестабильность, сомнения, страх и безнадёжность, и в конце концов приводит к упущенным возможностям. Из-за неспособности продавать проигрышей становится всё больше, и их стоимость нужно подсчитывать не только финансовыми, но и эмоциональными потерями.

Неспособность закрыть, заключить договор, заручиться поддержкой — вот что приводит к разрушению и упадку людей, компаний и целых отраслей промышленности. Компании терпят неудачу потому, что неспособны себя финансировать и не умеют закрывать новых клиентов, а не потому, что у них не хватает денег.

Настоящая книга содержит более ста мощных способов закрывать продажу и предлагает новый взгляд на закрытие продаж. Данная информация проверялась и тестировалась на протяжении многих лет тщательных и обширных исследований; ею пользовались и при её помощи добивались успеха сотни тысяч людей разных категорий: продавцы, представители на переговорах, посредники, организаторы сделок, адвокаты, предприниматели, генеральные директора, страховые агенты, банкиры, агенты по недвижимости, специалисты по финансам, дистрибьюторы по сетевому маркетингу, актёры, режиссёры, продюсеры, мужья, жёны, студенты, покупатели, политики и даже работники, которым платят почасовую оплату, — для того чтобы сохранить за собой рабочее место или чтобы им повысили зарплату.

Эта книга научит вас, как закрывать, а именно убеждать других людей предоставить вам то, что вы хотите, — для того, чтобы ваши идеи, мечты, товар или услуги попали на рынок.

Гарантирую вам, что это самая полезная и дельная книга о том, как закрывать сделки, которую вы когда-либо читали. Она поднимет вас до уровня той элиты неординарных людей, которых объединяет одно: они умеют закрывать сделку и воплощать в жизнь идею или мечту.

# Цель этой книги

Цель этой книги — сделать вас мастером в искусстве переговоров и в заключении и «закрытии» сделок в любой области! Книга «Пособие по выживанию для продавца: как закрывать сделки» расскажет вам то, чего вы не знали об этой незаменимой, но пока неизведанной и неосвоенной способности — она научит вас добиваться в жизни всего, что вы хотите. Именно этот навык, который можно назвать «закрывать продажу», отделяет имущих от неимущих. Те, кто не усвоит этот навык, никогда не добьётся изобилия и богатства в жизни. В тот момент, когда вы закрываете «продажу», вы пожинаете плоды всей вашей усердно проделанной работы. Жизнь — это переговоры, и эта книга научит вас добиваться своего за столом переговоров, в зале заседаний и даже у себя дома!

Вы научитесь логически подходить к любой ситуации, разбираться в любых переговорах. Среди тех, кто прочтёт эту книгу, будут люди, которые, быть может, раньше сомневались в своей способности вести переговоры и закрывать, — но теперь они воспользуются данной информацией и закроют сделки на сотни миллионов, заработав при этом миллионы. Кто-то применит знания, чтобы финансировать компанию и воплотить свои мечты. Я надеюсь, что вы один из тех, кто достаточно смекалист, чтобы по-настоящему применить эти данные. Я буду рад, если вы напишете мне и расскажете о своих результатах по адресу: [gc@grantcardone.com](mailto:gc@grantcardone.com).

Перед вами на страницах этой книги — арсенал настолько мощных техник закрывать продажу и в таком количестве, что вы взлетите до новых высот уверенности и дохода. Это не просто громкие слова; это моё личное обещание тем, кто изучит эту книгу от корочки до корочки и посвятит себя изучению материала. Я познакомлю вас с новыми, доселе неизвестными вам методиками закрывать продажу — методиками, которые в подавляющем большинстве случаев доказали свою эффективность и на сегодняшний день улучшили жизнь тысяч людей!

Многие книги утверждают, что пишут о новшествах, но данные в этой книге действительно новы, а также логичны и этичны; они свежи своей оригинальностью и принесут вам сделки, которые вы раньше упускали. С помо-



щью этой информации вы завоюете уважение своих клиентов, и они перестанут играть вами в момент закрытия продажи, как это случилось в прошлом. И — поверьте мне — они играли вами лишь потому, что у вас не хватало навыков, и ваш арсенал техник продаж был слишком бедным. Уважение, вера клиента в вас, способность не сдаваться незаменимы для того, чтобы закрыть продажу! Когда вы ЗНАЕТЕ, как уладить ситуацию с клиентом, сделав это уверенно и логично, он не посмеет более играть вами. Вы сможете предсказывать и контролировать реакции клиента, свои результаты и свой доход. Вы заслужите уважение тех, с кем работаете, ваша компания будет вас восхвалять, и вы прославитесь в своей сфере, потому что другие люди узнают о вашем успехе. Изучив эту книгу, Вы станете другим человеком и обретёте новую уверенность в своём умении позаботиться о себе, о своей семье и, наконец, в том, чтобы воплотить в жизнь свои мечты.

## Как пользоваться этой книгой

Лучше всего пользоваться этой книгой так: прочитать её целиком, а затем тотчас же начать слушать книгу в аудиозаписи. В аудиокниге я более подробно рассказываю о каждой технике закрытия и привожу дополнительные примеры того, что произойдёт в результате её применения.

Говорится, что «повторение — мать учения», так что я очень советую вам начать слушать эти техники закрытия по пути на работу — каждый день на протяжении месяца. Такое повторение — самый эффективный способ усвоить информацию и естественным образом использовать её в разговоре. После того, как вы по меньшей мере десять раз прослушаете аудиокнигу, я гарантирую вам, что мощные техники закрытия станут неотъемлемо вашими, как природный талант.

Пусть книга послужит вам пособием — держите её при себе и заглядывайте в неё по мере надобности на протяжении дня. В первый месяц я попрошу вас записывать все возражения, увёртки и жалобы, с которыми вы сталкиваетесь. Это простой шаг, но он волшебный — он поможет вам быть даже ещё более готовым к каждой будущей встрече. Не останавливайтесь на том, чтобы лишь прочесть книгу — держите её под рукой, пользуйтесь ею, и пусть она будет вам пособием по выживанию.

Вы увидите, что книга по сути разбита на две части. Первая часть рассказывает о теории закрытия продаж, а вторая — подборка разных техник закрытия. На следующей странице после каждой техники будут два раздела: в первом вы запишете, как вы будете применять эту технику конкретно к вашему товару, а во втором — с какими возражениями вы можете столкнуться, когда воспользуетесь данной техникой. Для вас жизненно важно выполнить эти упражнения, потому что это будет вашим первым применением данной техники закрытия. Не жалейте времени и разберитесь в том,

как подстроить данную технику закрытия к товару, услуге, понятию или идее, которые вы рекомендуете. Неважно, насколько простой вам кажется техника продажи — всё равно не жалеете времени и выполните упражнение, если даже вы считаете, что эта конкретная техника не подходит вам по стилю или не сочетается с вашим товаром или услугой; всё равно напишите, как вы могли бы ею воспользоваться, если бы захотели.

А затем я предлагаю вам написать возражения, с которыми можно столкнуться при применении данной техники. Напишите, что, по вашему мнению, может сказать или сделать потенциальный клиент, и какой техникой вы будете парировать. Вам нужно продолжать заниматься по книге, пока вы не сможете быстро предсказать и возражение, и ваш ответ — ведь я хочу, чтобы вы стали настоящим мастером закрытия!

Например, есть бесподобная техника закрытия, которая называется «Паспорт на владение/регистрация». Она работает вот так:

«На чьё имя будем регистрировать новый товар 'X'? На Ваше имя, имя Вашего мужа / Вашей жены или на вас обоих?»

Это из категории техник закрытия, при которых «подразумевается» продажа, потому что вы принимаете за данность, что ваш клиент станет владельцем товара, и вы пользуетесь регистрацией и заполнением бумаг (это ведь тоже часть сделки), чтобы создать возможность закрыть и завершить сделку. Напишите эту технику своими словами, а затем переходите к следующему упражнению. Например, вы можете столкнуться с таким возражением: «Нам нужно время подумать». К какой тогда вы перейдёте технике? Мне не надо думать, чтобы правильно ответить, и я хочу, чтобы и у вас было так же! В этом и есть суть упражнений — чтобы вы до конца знали все варианты (а их ограниченное количество) и знали, как вы отреагируете.

Если вы торгуете наручными часами, то, может быть, вам не сразу очевидно, как воспользоваться такой техникой, но её можно запросто переделать в нечто вроде: «На кого выписать квитанцию?» или «На чьё имя зарегистрировать гарантию — на вас, на вашу жену или на обоих?» А может быть, вы продаёте что-то неосязаемое, например, идеи кинофильмов целому составу руководителей киностудии — что ж, тогда нужно применить этот приём более деликатно, но всё равно можно — вот так: «Какая компания будет в контракте — Warner Brothers, Village Roadshow или обе?»

---

\* Миннеаполис — город на севере США в штате Миннесота. Он недалеко от канадской границы, и сльвёт холодными длинными зимами. Филадельфия — город в штате Пенсильвания на восточном побережье США. Он недалеко от Нью-Йорка, и в Филадельфии тоже есть зима и снег. Американцы ласково называют его «Фили». Финикс — столица южного штата Аризона, где не бывает настоящей зимы. Средняя температура в январе: Миннеаполис: -7° С; Филадельфия: -1° С; Финикс: +13° С.

Суть в том, чтобы участвовать в процессе обучения, пользоваться упражнениями, а не ждать, чтобы книга каким-то образом сама по себе изменила вас. Книга вас не изменит — лишь ваше участие изменит вас. Начинать применять те данные, о которых вы читаете, и это подготовит вас к ситуациям в реальном мире. Не закрывайте глаза на этот совет и не ленитесь в практическом применении книги — она проверена на тысячах людей. Те, кто выполнял упражнения и слушал аудиокнигу, получал результаты, которые в более чем двадцать раз превосходили результаты тех, кто просто читал книгу, не применяя её.

Не нужно просто читать технику закрытия, не выполняя при этом упражнение; крайне важно написать, как вы примените это в своем бизнесе — для того, чтобы вы начали думать и действовать как настоящий «закрыватель»! Не забывайте о том, что ваша жизнь, ваша работа и ваши результаты зависят от вашей способности закрывать сделки!

# Заккрытие сделки — эндшпиль игры

Совершенно очевидно, что «Пособие по выживанию для продавца: как закрывать сделки» — прекрасно подходит продавцам, организаторам сделки, дипломатам и посредникам, но оно также играет решающую роль для мечтателей, инвесторов, изобретателей, покупателей, брокеров, предпринимателей, банкиров, генеральных директоров, политиков и для любого человека, который хочет «закрывать» другого по отношению к своим идеям и добиться в жизни своего. В этой главе описан эндшпиль — тот переломный момент, когда переговоры с обоюдного согласия переходят в действия — это и называется «заккрытие продажи». Покажите мне любого успешного человека, и я покажу вам человека, который целит высоко и умеет закрывать. Конец переговоров, самый «эндшпиль игры» — это и есть закрытие.

Мир усеян телами «жертв» — продавцов, которые научились продавать, но потерпели крах при самом закрытии! А ещё больше людей — миллиарды — у которых были прекрасные мечты, но от них пришлось отказаться, потому что эти люди не знали, как убедить других помочь им осуществить мечты (закрывать других). И так мечта умирает и уходит в забвение, пока не появляется кто-то с той же мечтой; только ему удаётся закрыть других, убедить их принять и поддержать эту мечту и воплотить её в жизнь. Как вы думаете, кого наградят лавровым венком — мечтателя или «закрывателя»?

*Есть лишь только одна настоящая причина, почему люди терпят в жизни неудачу: неспособность закрыть и убедить других предоставить ресурсы, нужные силы, деньги, поддержку или что угодно, что нужно для того, чтобы добиться, чего они хотят!*

Говорят, что 20 % людей продают 80 % товаров. Если это верно, то лишь 20 % мечтателей когда-либо осуществляют свою мечту. Не могу вам сказать, правильная ли это статистика, но мне она кажется логичной, исходя из наблюдений. Зато я уверен в том, что 100 % людей, которые воплощают свои мечты, умеют ЗАКРЫВАТЬ других, когда речь идёт об этой мечте. Они знают, как завершать сделки и как убедить кого-то поддержать их на пути осуществления их мечты.

То, что мы называем «закрытием продажи», не ограничивается продажами и продавцами — это касается всех, кто занимается контрактными переговорами, покупками, продажами, сбором средств или тем, чтобы заручиться поддержкой для любой цели. Этот навык жизненно важен и для обычного человека, который просто хочет, чтобы его жизнь была лучше. То, что закрывать — это навык только для продавцов, само по себе — массовое заблуждение.

Христофор Колумб смог «закрыть» королеву Испании, чтобы она выделила ему средства на путешествия на другой край света, и поэтому считается, что он открыл Новый Свет.

Изобретатель Бенджамин Франклин закрыл мир относительно идеи электричества, и благодаря ему у нас есть свет.

Джон Кеннеди закрыл население США — убедил их полететь на Луну, и поэтому смог собрать деньги, необходимые для космических путешествий.

Мартин Лютер Кинг-младший, который жил в очень беспокойную эпоху подавления, закрыл человечество и донёс до него идею, что со всеми людьми нужно обращаться как с равными, и тем самым положительно повлиял на мир.

Бил Гейтс закрыл мир — убедил людей ежедневно пользоваться компьютерами, и поэтому он стал одним из самых богатых людей на этой планете.

Барак Обама закрыл 60 % населения США проголосовать за него и выбрать его президентом. У него было меньше двух лет опыта в политике и вообще никакого опыта руководителя. Он собрал больше денег, чем какой-либо другой кандидат в истории всего человечества, — всё это во время одного из самых трудных экономических периодов за последние семьдесят лет.

Закрывать — необходимо для того, чтобы добиться перемен; закрывать — необходимо для продуктивности, в конце концов, закрывать — необходимо для выживания и для результатов.

Жаль, что в сегодняшнем обществе этот необходимый навык несёт в себе оттенок чего-то презренного, чего-то связанного с жульничеством и манипуляцией. Такие фильмы как «Гленгарри Глен Росс» и «Бойлерная» не способствовали положительному восприятию «закрывателя»; однако, данная книга как раз о том, как достичь соглашения этичным и профессиональным путём — когда все в выигрыше.

# Решающая точка обмена

Решающая точка обмена (под названием «закрытие продажи») — это не просто убеждение, продвижение и сама продажа. Миг закрытия — это и есть та решающая точка обмена, когда происходит передача чего-то от одного человека другому. Именно в это мгновение вы прекращаете продавать, добиваетесь от покупателя действия и обмениваете то «нечто», которое есть у него, на то «нечто», которое есть у вас. В отличие от самого процесса продажи, закрытие — это та секунда, когда вы получаете согласие, все стороны действуют, и происходит обмен чем-то ценным. Если нет обмена и нет действия, то значит нет закрытия; а если нет закрытия (согласия), то значит нет обмена чем-то действительно ценным.

Именно на этом шаге Вы — продавец, консультант, администратор по счетам, ведущий переговоры, посредник, перекупщик, брокер — как бы вы себя ни называли — в конце концов и впервые за весь процесс сделки становитесь по-настоящему ценным и действительно помогаете второй стороне. Эти слова могут показаться суровыми, но, несмотря на то, что вы может и помогали и старались оказывать услугу, — вы не создали ничего особенно ценного, пока не закрыли продажу и не добились обмена. Пока сделка не закрыта (нет соглашения и обмена), то, что произошло раньше в процессе продажи, не становится по-настоящему ценным.

**СДЕЛКА НЕ ЗАКРЫТА = НЕТ ОБМЕНА =  
= НЕТ НАСТОЯЩЕЙ ЦЕННОСТИ**

Хороший пример — это тренировки, занятия спортом. Пока вы не привели себя в хорошую форму и не начали получать результаты от тренировок, сам процесс упражнений — это лишь какие-то действия, которые нужно было выполнять, чтобы в конце концов появились результаты (обмен). Если вы прекратите упражнения до того, как получите результаты, была ли в этом какая-либо ценность? Конечно же, можно найти нечто ценное в самих начальных тренировках, но ведь вы не ради этого начали тренироваться. Пока вы не начали худеть или пока ваши мышцы не приобрели то-

нус, нет настоящей ценности, а значит вы не получили никакого обмена за свои тренировки. Вы сдались и не «закрыли» себя, не убедили, что должны получить обменную стоимость (надлежащий обмен) за свои тренировки; причина провала у людей в большинстве случаев именно такова. Они «купили» идею тренировок, но не закрыли и не убедили себя в необходимости самого результата, перемены и достижения того уровня, когда они получают что-то ценное. Они сдаются до того, как добиваются согласия, и тем самым так и не получают обмена. Именно это непонимание и есть причина краха человека, компании, мечтателя. Именно неспособность закрыть и достигнуть решающей точки обмена приводит к тому, что люди не выполняют задач, не достигают целей и показателей и не воплощают свои мечты. Разве в какой-то мечте, идее, в каком-то изобретении или понятии есть ценность, если они не воплощаются в жизнь?

## Обмен

Для всех, но особенно для продавцов, идея о точке обмена — это новый взгляд на закрытие продажи. Мне бы хотелось, чтобы у вас теперь была точка зрения, что «обмен» — это на самом деле более верное описание данного момента, чем «закрытие». Если вы полностью примете эту идею об обмене, если не станете оспаривать её, то это окажется судьбоносным для вашего будущего и завершится тем, что вы будете закрывать больше сделок и жить той жизнью, которой хотите. Ценность не создаётся, когда вы продаёте, рекламируете или делаете презентацию — ценность создаётся лишь в тот момент, когда вы получаете что-то в обмен. Не нужно недооценивать то, о чём я здесь говорю: настоящая ценность есть ТОЛЬКО ЛИШЬ в том случае, если существует настоящий обмен в реальном мире между двумя сторонами (кто-то дал что-то вам, а вы дали что-то ему).

Конечно, можно спорить, что есть польза и в том, чтобы показать свой товар или рассказать о своей идее, и в том, чтобы просто быть воодушевлённым. Конечно же вы что-то выигрываете, когда ведёте себя дружелюбно и услужливо, рассказываете человеку о чём-то и поднимаете ему настроение.

Клиент ценит вас за предоставленную информацию и за обслуживание, но для того, чтобы произошло нечто действительно ценное, должна быть договорённость обменяться некими ресурсами, и обе стороны должны начать действовать. Если не произошло обмена... то на самом деле ничего не произошло! Это весьма важно для всех, а особенно для продавцов, для ведущих переговоры, для любого человека, у которого есть мечта, и вообще просто для тех, кто не добивается в жизни желаемых результатов. Чтобы создать ценность, чтобы нечто оказалось ценным, вы должны



получить обмен. Хотите, чтобы вам повысили зарплату? Вам придётся закрыть и убедить кого-то это сделать.

Мой опыт показывает, что большинство людей — в замешательстве, и что они полагают, что если они знают свой товар, если они покажут его радостно и вдохновенно, если они будут доброжелательны с покупателем, то всё выйдет прекрасно. Это лишь фантазия, которая ведёт к посредственной жизни и которая подвергает людей риску на рынке торговли, и выходит, что их вытесняют те, кто по-настоящему умеет обменивать свои товары, идеи и услуги на нечто ценное. Правда, что те черты характера и действия, о которых я только что писал, — важны, но клиент редко вам за них заплатит. Награду получают не за рекламу, не за убеждения, не за презентацию или обмен информацией, а также не за профессионализм или вашу увлечённость; награду получают за то, что закрывают продажу! Всё, что было до того момента, который называется «закрытие продажи», было пускай и необходимо, и крайне важно, но эти вещи не являются самим обменом, и у них ограниченная ценность. Поэтому, пока вы не достигнете этой решающей точки обмена, пока сделка не закрыта, — награды нет. Я называю это решающей точкой обмена потому, что это весьма конкретный и ограниченный по времени момент, когда предпринимается действие — действие обмена. Вы выживете в этом мире в той степени, в которой умеете закрывать.

## Продавать или закрывать?

Не поймите меня неверно: все шаги до закрытия и необходимы, и крайне важны, но самый важный шаг наступает тогда, когда обе стороны договариваются об обмене. Они получают то, что предлагаете вы, — в обмен на то, что вы хотите от них, а если этого не происходит — то всё остальное было лишь упражнением. Люди расстраиваются, пугаются, становятся невменяемыми, когда дело доходит до закрытия, потому что у них неверное представление о нём; потому что они не понимают, что закрытие полезно для всех участников, а не только для вас; и потому, что им не объясняли, как получить что-то в обмен.

Пока человек не получил то, что вы предлагаете, в обмен на что-то, что вы хотите получить от него, вы не показали ничего настолько ценного, за что стоит обмениваться. Например, презентация: вы рассказали о всех характеристиках и преимуществах вашего товара или услуги, и вы сделали это отменно. Может ли потенциальный клиент воспользоваться этой презентацией в жизни и получить от неё какую-то конкретную пользу? Скорее всего — нет! Если клиент не может никак этим воспользоваться, то обмена не произошло. Ладно, а вот теперь закройте клиента, добейтесь, чтобы он стал хозяином товара или «владельцем» услуги, и тогда он сможет вос-

пользоваться тем, о чём вы рассказывали, а значит — вы создали ценный результат.

Узнал ли человек что-то новое из вашей презентации или за то время, что он провёл с вами? Будем надеяться. На самом деле, он мог остаться дома и прочитать что-то об этом или найти сведения в интернете. Компания запросто могла бы проводить презентации товаров или услуг с помощью современной технологии, и теоретически вы бы вовсе не были тогда нужны. Это происходит по всему миру — целые отрасли промышленности выкладывают презентации своих товаров в интернет в надежде, что люди увидят и посмотрят. Однако, какой бы замечательной ни была презентация, компании всё равно нужен человек, который сможет закрыть и получить обмен.

Впечатлила ли его ваша презентация? Будем надеяться, что впечатлила; но, опять же, нет настоящей ценности в том, чтобы просто произвести на кого-то впечатление, если вы не закроете человека и не убедите его купить ваш товар или услугу или принять вашу идею. Пока эта вещь или это нечто не принадлежит ему, пока он не может ею воспользоваться — он не получит от неё пользы вне зависимости от ценности.

А вот когда вы прошли стадию презентации и действительно закрыли и убедили покупателя, когда он согласился отдать вам что-то в обмен на ваш товар, вашу услугу или идею, вот тогда произошёл обмен чего-то ценного! Цель вашей презентации — вызвать у человека желание и чувство срочной необходимости по отношению к вашему товару, чтобы клиент хотел обменяться с вами чем-то ценным. Чем лучше презентация, тем сильнее его желание и чувство срочной необходимости, но вам всё равно придётся закрыть, чтобы получить обмен.

Уже пора перейти от просто продажи, убеждений и презентации к решающей точке обмена — той точке, когда продажа превращается в закрытую продажу! Мир полон голодающих продавцов, а найти настоящего мастера закрытия — сложно. Эта особая группа людей, и они никогда не бывают без работы и без денег!

# Создание экономики

Ваша конечная цель — чтобы покупатель стал владельцем товара, воспользовался вашей услугой или финансово поддержал какую-то деятельность. Иными словами — они получают что-то, что хотят, ценят или в чём нуждаются, а в обмен вы получаете что-то, что хотите, цените или в чём нуждаетесь. В большинстве случаев мы получаем обмен деньгами. Для кого-то ещё это может быть поддержка, голос избирателя, некая энергия, ресурсы, человеческие ресурсы, инвесторы, одолжение или просто что-то ценное для вас или вашей компании. Теперь, когда вы получили это нечто, вы можете активно решить свои проблемы, сделать то, что вам нужно или что вы хотите, расширить компанию, заручиться поддержкой, поднять себе настроение или заработать больше денег (а может, и то, и другое). Итак, эта решающая точка обмена — закрытие — превращается в создание экономики!

Допустим, что автосалон по продаже машин продал автомобиль. Владелец автосалона получает деньги, а дальше происходит вот что: он платит продавцам, платит банку за машину, которая стояла на площадке, платит налог району и штату, нанимает дополнительных сотрудников, а затем платит газете, телеканалу или радиостанции за рекламу. Затем он заказывает ещё машины, и цикл повторяется. Компания будет расширяться в той степени, в которой она способна закрывать сделки своих товаров и получать за них обмен. Чем больше расширится эта компания, тем больше выиграет экономика всего этого региона.

Давайте приведём ещё пример: молодой человек создаёт программное обеспечение, в котором можно писать программы для чего угодно — для документов в формате “Word”, для подсчётов в электронных таблицах и т.д. Никто не просил такой товар, но тем не менее он его создаёт, а теперь нужно «закрывать» других и «продавать» им идею, что нужно пользоваться этим новым изобретением. Он встречается с производителями компьютеров и договаривается о том, чтобы его программа была на каждом компьютере. Товар приживается, всё большее количество фирм начинает пользоваться этой новой идеей, и — только подумайте! — ему

уже не хватает гаража. Ему нужно дополнительное пространство, больше людей, чтобы помочь развивать бизнес, и даже приходится покупать недвижимость под предприятия. Экономический цикл расширения продолжается. Он продолжает закрывать, всё больше и больше людей по всему миру пользуются его товаром, и наконец в его компании 60.000 сотрудников, у него представительства почти во всех странах мира, и на протяжении пятнадцати лет подряд он — самый богатый человек в мире. Мир знает Била Гейтса как создателя программного обеспечения и компьютерщика, но на самом деле он — «закрыватель». У него не просто была идея, он не просто изобрёл новый товар, он закрыл весь мир, убедив всех пользоваться программным обеспечением компании «Майкрософт». В результате он создал целые сферы экономики — для себя, своих инвесторов, акционеров, сотрудников, для округа, где он жил, и даже для всего мира. Бил Гейтс доказал миру, что умеет масштабно закрывать и делать это снова и снова!

Я мог бы приводить вам подобные примеры до бесконечности, но, надеюсь, суть вам ясна. Закрытие влечёт за собой обмен, а этот обмен создаёт своего рода собственную экономику. Вы сами определите размер своей «экономики» тем, насколько вы способны повторять этот цикл снова и снова!

Говорят, что деньги движут миром, но лучше сказать — «закрытие продажи даёт толчок круговороту денег по миру». Без закрытия продажи и необходимого и сопутствующего обмена ничего бы не происходило, и не было бы никакой экономики. У вас было бы то, что ценно для вас, а у меня — то, что ценно для меня, и ничего бы не переходило из рук в руки. Именно поэтому эта книга важна для тех, кто хочет сам творить своё будущее и свои «экономики» — для себя, своей семьи и своего региона, а не просто жить в той экономике, которая есть. Каждый человек создаёт себе свою личную экономику, люди просто этого не осознают... Но это мы обсудим в другой книге. Люди, которые не принимают на себя ответственность за создание экономики, будут следствием экономики, созданной другими людьми. Вы предпочитаете жить в той экономике, которую сотворили своими руками, или в чужой?

Успех и размах созданной вами экономики зависит лишь от того, сколько людей вы сумеете «закрыть» — убедить в своих идеях и добиться обмена; от того, сколько людей вы убедите поддержать вас лично; и наконец от того, сколько людей по вашему призыву своими действиями поддержат ваши идеи, услуги, товары и мечты. Или вы сами создадите своё экономическое будущее, если «закроете» других, или они создадут своё экономическое будущее, «закрыв» вас. Непреложный факт, что если вы хотите добиться чего-то, то рано или поздно придётся «закрыть» и убедить других людей. Если вы готовы взглянуть в лицо этой реальности, не

уклоняться от неё, если вы готовы полностью принять на себя ответственность за то, чтобы научиться закрывать, вы сможете создавать экономику, которая вам по вкусу.

## Выигрышный обмен

Если продажа действительно закрыта, и человек дал согласие и купил ваш товар или вашу услугу, или согласился поддержать вашу мечту, то в эту секунду у него остаётся нечто, чего не было раньше. И если это «нечто», полученное им, ценнее того, что он за это отдал, то вы сможете повторять этот процесс снова и снова. Это то, что я называю «Выигрышный обмен». Когда присутствует выигрышный обмен, то кроме того, что человек, которого вы «закрыли», будет считать этот обмен выигрышем для себя, он повторит это снова, потому что в его глазах ценность того, что он получил, превысила ценность того, что он отдал.

В таком случае человек, которого «закрыли», будет доволен, что он отдал нечто, а в обмен получил нечто более ценное. Он расскажет другим о вас и об этом обмене. То, что вы отлично провели презентацию, что вы вели себя профессионально и вдохновлённо, что подняли настроение собеседникам, конечно поможет вам в будущем, но люди почувствуют себя победителями и выиграют лишь после того, как вы «закроете» собеседников и убедите их действовать вместе с вами!

Существует много вариантов обмена, и большинству людей еле-еле удаётся обменяться. В нашем обществе принято считать, что если вы не украли, то всё было «честно». При таком менталитете — «лишь бы как-то справиться с задачей» — вы окажетесь в плачевном состоянии, потому что кто угодно может «еле-еле справиться». Недавно я был в одном очень известном и дорогом ресторане в Лос-Анджелесе, где нередко можно встретить мировых знаменитостей. Когда мне подали блюдо, я понял, что кто-то из владельцев принимает репутацию ресторана за данность и уже не старается прибегать к «выигрышному обмену». Казалось, будто повар даже не приложил стараний и не попытался придать блюду аппетитный вид. Я посмотрел по сторонам и увидел, что вокруг множество свободных столиков. В экономике ли было дело или, быть может, «выигрышный обмен» уже не так строго применялся? Не знаю точно, но зато я точно знаю, что во время экономического спада «выигрышный обмен» ещё важнее. Экономика не остановила меня в тот день от посещения ресторана, а вот «выигрышный обмен» — а вернее, его отсутствие — остановило: оно привело к тому, что я туда не вернусь. Когда мы вышли из этого прославленного ресторана, у нас не было ни расстройства, ни чувства отвращения к их кухне — просто мы уже думали о том, где мы теперь будем обедать по субботам.

Именно выигрышный обмен защищает вас на рынке, и именно он отделяет вас от конкурентов. Дело не в цене, когда мы говорим об этом обмене, а в том, как люди себя чувствуют после того, как побывали у вас. Для вашего будущего успеха жизненно важно «по-выигрышному» обменяться с клиентом при закрытии продажи, потому что процесс можно будет повторять в будущем настолько, насколько клиент чувствует себя победителем, когда уходит, и считает, что он выиграл от вашего товара. Например, есть компания “Zappos” (они продают обувь в интернете), и эта компания — прекрасный пример выигрышного обмена. Они мне бесплатно присылают купленную обувь, А ТАКЖЕ оплачивают пересылку обуви обратно, если я решу вернуть товар. Дело вообще не в цене, и выигрыш при обмене совершенно не из-за цены — при сделке с компанией “Zappos” победа в том, что вы вообще не рискуете что-то проиграть при решении. Ясно, что кто-то в этой компании опросил достаточно людей, чтобы понять, что когда люди не решаются покупать обувь в интернете, то дело не в цене — а в том, что они боятся, что если сделают ошибку, им придётся потом платить за обратную пересылку.

Несмотря на то, что большинство людей считает, что лучший способ добиться выигрышного обмена — это снизить цену, в действительности цена редко приведёт вас к выигрышному обмену. Я могу приводить вам пример за примером — тех компаний, которые поверили в эту ложь и потерпели неудачу, потому что думали, что снизить цену — это путь к выигрышному обмену. Это не так. Существует миф о том, что дело в цене, и это описано в моей первой книге — «Продай или продадут тебе». Во время переговоров люди слишком много значения придают цене, но когда у вас не получается добиться от кого-то действий — дело очень редко в цене. Зайдите в любой магазин, где идёт огромная распродажа, и вы заметите, что вы больше одежды оставите на вешалке, чем купите, потому что дело не в цене. Как она сидит, как смотрится, как часто вы будете её носить и насколько вам захочется надевать эту одежду — всё это важнее для закрытия, чем цена.

Допустим, вы живёте в Миннеаполисе и хотите в январе слетать в город Финикс, чтобы повидаться с семьёй, а потом узнаете, что можно купить билет в четыре раза дешевле в город Филадельфия<sup>2</sup>. Так куда же вы полетите? Вы поменяете маршрут на Филадельфию, или “Фили” — как мы ласково называем город по-английски — только если вы уж очень недолго любите ваших родственников, и поэтому Филадельфия окажется для вас «выигрышным обменом». Какой-нибудь изобретательный читатель может подумать: «Да, но я могу слетать в Фили и захватить с собой трёх родственников за ту же цену, что билет в Финикс, и мы там отдохнём». Но вскоре этот читатель образумится и признается себе, что летит в январе в Финикс не только для того, чтобы повидаться с родственниками, а потому

что ему нравится погода в штате Аризона — это часть обмена за посещение родственников.

Компания “Wal-Mart” выстроила целую модель бизнеса на идее самой дешёвой цены. Но правда ли у них самая дешёвая цена или просто владелец Сэм Уолтон закрыл мир, убедив его в том, что в этой сети самая недорогая цена? Я думаю, что чуточку и того, и другого. Я знаю, что если я иду туда, считая, что там самые дешёвые цены, я иду туда именно из-за самой низкой цены. Я не ожидаю там ни хорошего обслуживания, ни помощи и знаю, что мне придётся смириться с длинными очередями.

На самом ли деле это выигрышный обмен? Нд-а-а-а... Ведь всё зависит от того, что вы считаете выигрышным обменом. Для меня он не выигрышный, но для вас может быть — да. Я не называю это выигрышным обменом, потому что для меня очень важны обслуживание и время, и я терпеть не могу очереди. Если вы не против постоять в очереди и вам всё равно не нравится, когда вас обслуживают, но вам нравится сэкономить чуточку, то значит это ваше представление о выигрышном обмене, и вы будете и в будущем туда ходить за покупками. Это вовсе не нападки на “Wal-Mart”, а скорее пример, чтобы вы могли подумать о том, что именно (а самое главное — кто именно) определяет понятие выигрышного обмена. Руководство не может само решить, что такое настоящий выигрышный обмен, пока они не спросят клиентов. Допустим, что клиент говорит, что самое важное — это цена; тогда вы можете спросить: «А что ещё для вас важно?», «И ещё что?» А затем спросите: «А если для того, чтобы купить по самой низкой цене, вам придётся отказаться от качеств ‘А’ и ‘В’ данного товара, как вы будете себя чувствовать?» Такой опрос даст вам понять конкретно, что нужно, чтобы по-настоящему хорошо обмениваться с покупателями.

На самом деле потребности и ценности человека (покупателя) определяют, будет ли данный обмен выигрышным обменом. Если вы спешите и вам обязательно нужно что-то срочно, если вам нужна помощь и совет и если у вас нет времени на то, чтобы ехать на другой конец города или стоять в очереди, то для вас бизнес-модель «самая низкая цена/никакого обслуживания/ждите целую вечность» не будет хорошим обменом. Понимаете?

Многие компании пытались копировать модель компании “Wal-Mart”, но только они вылетали из бизнеса, потому что им не удавалось продавать достаточно этих «самых дешёвых» товаров, чтобы оставаться жизнеспособными. А я бы предложил поднять ставки, повысить ценность всего остального, что важно для людей и на чём они основывают своё решение: верный ли это товар для нас? Правильно сейчас или лучше подождать? Тот ли это человек, с которым я хочу вести дела? А будет ли он мне помогать после сделки? Решит ли покупка нашу проблему? Сэкономит ли это денег



моей компании? Будем ли мы пользоваться товаром? Придумайте сами свой собственный список причин, кроме цены, которые могут быть важны для ваших клиентов. Когда мы будем оттачивать ваши навыки закрытия, этот список станет для вас незаменимым.

Всегда старайтесь предоставить выигрышный обмен. Убедитесь, что человек доверяет вам и уверен, что вы выполните все свои обещания, что он знает, как эффективно пользоваться вашим товаром или услугой, верит в то, что это прекрасное вложение и что он не может себе позволить обойтись без покупки — и вы закроете. А затем выполните все свои обещания, и вы сможете снова и снова закрывать!

# Цель «закрывателя»

Конечная цель — это завершить сделку, будто бы вы проходите через дверь и затем полностью закрываете её за собой. Вашу работу в роли «закрывателя» можно свести к одному: добиться от покупателя действия и дать вам нечто, что ценно для вас, в обмен на что-то, что ценит он. Именно в этот момент сделка завершена, и, образно говоря, вы оба проходите через дверь и закрываете её за собой. Желательно, чтобы при этом обе стороны, когда завершили сделку, ценили то, что они получили, больше, чем то, что отдали; и желательно, чтобы каждый в конце считал, что он в выигрыше!

Закреть продажу — это единственный способ добиться того, чтобы покупателю перешёл ваш товар, ваша идея или мечта, и что вы получите от него то, что ценно для вас и вашей компании. Именно в этот миг большинство людей впадают в панику, расстраиваются, становятся возбуждёнными и чувствуют себя ужасно неловко. Это чувство неловкости говорит лишь о том, что у вас не хватает знаний, что делать. Вы будете ощущать неловкость во всём, что не умеете делать, и данный случай — не исключение. Неприятность здесь в том, что если вы не умеете закрывать, то вы никогда не создадите ту «экономику», о которой вы мечтаете для себя и своей семьи; а также шансы того, что вы когда-либо «закроете» мир и убедите людей в своих великолепных идеях — невелики. Даже большинство профессиональных продавцов понятия не имеют, что делать на этой стадии сделки и шагают по жизни, оправдываясь в том, почему они не закрыли сделки: всё дело в экономике, в клиенте, в жене, в интернете, в конкурентах, в правительстве; виноваты коммунисты, человек ждёт возврата налогов, он нерешителен, сперва надо ещё что-то сделать; всё дело в совете директоров, просто не то время дня, месяца или года и т.д., и т.п.

**ЖИЗНЕННО ВАЖНОЕ ДАННОЕ:** вы будете преуспевать в той степени, в которой ЗНАЕТЕ, какие ваши действия приводят к ситуациям, когда получается закрыть продажу; и в той степени, в которой можете повторять эти действия снова и снова. И в той степени, в которой не знаете и не понимаете ваших действий, вы не сможете предсказывать, что произойдёт.

Когда вы знаете своё дело, вы в первую очередь прекратите оправдываться, почему продажа не закрылась, и поймёте, что всегда дело в вас. За продавцами есть дурная слава, что когда они закрыли сделку, они принимают похвалу, а когда не сумели — винят кого-то ещё. Знать своё дело, быть компетентным — совершенно не зависит от того, сколько у вас опыта, а на самом деле зависит от того, сколько времени вы уделите тому, чтобы стать мастером закрытия.

## Знайте, или «На тебе!»

Слово «знание» происходит от «знать» — я хочу сказать, что вы знаете, что произошло, как и почему это произошло, а также что произойдёт, как вы это уладите и т.д. Кому угодно может повезти, и он закроет, но затем у человека не будет получаться повторять закрытие, а значит не будет получаться и постоянно преуспевать. В одной песенке поётся, что «даже слепая белка найдёт орешек». В игре закрытия продаж не стоит зависеть от удачи или случайностей, потому что тогда ваша карьера будет суровой морозной зимой, и орешков будет немного.

Закрытие — это шаг вашей презентации, который приносит вам не только выигрыш, но и большое внутреннее удовлетворение, а поэтому вам стоит широко открыть глаза и осознать всё, что происходит. Для большинства людей закрытие — как американские горки: они закрывают глаза и лихорадочно молятся, чтобы всё поскорее закончилось. Вам нужно ЗНАТЬ, как закрывать, ЗНАТЬ, что конкретно привело к тому, что продажа закрыта; ЗНАТЬ, как вызвать у клиента чувство срочной необходимости, как избавиться от времени на принятие решения и как справляться с любыми возражениями и увёртками. Для того чтобы делать всё это, нужно открыть глаза и осознать всё, что происходит во время попытки закрыть сделку; нужно к каждому закрытию относиться индивидуально — иначе вам не удастся верно определить правильное направление и действия. Иначе вы не будете знать, что делать.

**ЗНАТЬ** — 1. Осознавать что-то посредством наблюдений, распросов или полученной информации. 2. Быть полностью уверенным или убеждённым в чём-то.

**ЗНАНИЯ** — 1. Факты, информация и навыки, которые человек приобретает посредством опыта или образования; теоретическое или практическое понимание предмета. 2. Осознание или ознакомленность, которую приобретают, когда воспринимают некий факт или переживают какую-то ситуацию.

Предположим, что буква 'З' в слове «знать» символизирует «знания», а буква 'Т' в том же слове — «толковость», или мудрость. Убираем З (знание) и Т (толковость), мягкий знак не считается, и получается: НА, «вот тебе и НА!» — нет продаж... Смотрите, это работает и по-английски. KNOW — значит «знать», 'K' символизирует «knowledge» (знания), а 'W' — это «wisdom» (мудрость). Убираем буквы K и W и остаётся «NO» — нет. Огромное количество людей сталкивается в жизни с ответом «нет», потому что им не хватает знаний и мудрости о том, как закрыть и добиться действия, которое приведёт к обмену. Именно по этой причине люди не создают себе «экономику», которая им нравится, и не претворяют в жизнь свои мечты. Во-первых, они даже не знают, что навык закрытия имеет к ним отношение. Во-вторых, они предполагают, что всё это происходит по воле фортуны или что дело в количестве. В-третьих, большинство людей не посвящает достаточно времени тому, чтобы стать мастерами продажи!

Ответ «НЕТ» в любой жизненной сфере случается от того, что не хватает ЗНАНИЙ и МУДРОСТИ. Нет девушки — значит, вы чего-то не знаете о девушках. Нет денег? — Значит, вам что-то неизвестно о деньгах. Нет прибыли от капиталовложений? — В таком случае, вам что-то неизвестно об инвестициях. Если в жизни нет радости, то это значит, что вы просто не знаете, как радоваться жизни. Если у вас в жизни не хватает «ДА», то поймите, что это только из-за недостатка знаний, из-за неверных знаний или неверного применения или отсутствия применения знаний. И справиться с этим можно только если приобрести знания.

Говорят, что если вы считаете, что знания дорого обходятся, то сравните это с отсутствием знаний. Мне кажется, что иногда люди думают, что можно чему-то научиться с той же лёгкостью и скоростью, с которой заказывают еду в кафе быстрого обслуживания или расплачиваются банковской карточкой в магазине. Не забывайте: знания означают уверенность, а уверенность — это не просто результат чтения; уверенность бывает тогда, когда кто-то по-настоящему что-то знает; она приобретается, когда человек работает с этими данными и когда тренируется. Я читал, что для того, чтобы стать мастером любого дела, нужно 10.000 часов. Не знаю, насколько это правда, но, исходя из моего личного опыта с закрытиями продажи, я сказал бы, что если вы потратите даже десятую часть этого времени, то почувствуете настолько невероятную разницу в своём доходе, что остальные 9.000 часов уже не будут вам казаться работой — наоборот, вы будете пожинать плоды своего вложения.

Есть два основных способа усваивать информацию и превращать её в знания, и лишь один из них будет успешным. Вот эти два метода:

## **АКТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ (ОПЫТ)**

Вы создаёте ситуацию и практикуетесь, тренируетесь и репетируете все возможные варианты событий. В результате у вас появится уверенность закрывать сделки.

## **РЕАКТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ (ОПЫТ)**

Вы получаете какой-то опыт, и в результате этого опыта чему-то учитесь, и со временем начинаете вносить какие-то изменения, учитывая то, чему вы научились за свою карьеру.

Большинство людей учатся при помощи реактивного процесса обучения, который можно назвать «школой ударов и ушибов». Они проживают жизнь, накапливая проигрыши и неудачи, и доходят до конца своей карьеры — у них большой стаж, а успех небольшой. Это верно для большинства продавцов и предпринимателей в мире.

Лучший выбор — это всегда тот, который требует активного участия, участия по своей инициативе, и тот, при котором вы посвящаете себя чему-то, принимаете решение что-то делать. Активное обучение — это когда вы сами СОЗДАЁТЕ ситуацию, чтобы можно было натренироваться систематически в ней побеждать. И морские десантники, и спортсмены, и актёры создают ситуации и учатся перед тем событием, к которому готовятся. А когда всё уже происходит, они смотрят в оба, чтобы понять, что они могут изменить или улучшить, чтобы в следующий раз действовать ещё эффективнее. Они также находят время, чтобы понять, как другие люди до них добивались успеха в сфере их деятельности. Все великие полководцы находят время изучать военную историю и изучать опыт других стратегов — для того чтобы воспользоваться им и решить, как эффективнее всего выигрывать битвы. Все выдающиеся актёры изучают мастеров прошлого и те творческие решения, которые принимали эти мастера, когда играли какую-то роль. Деловые люди, предприниматели и продавцы заслужили себе дурную славу тем, что пытаются черпать знания лишь из своего ограниченного опыта, вместо того, чтобы создавать этот опыт и ситуации, в которых можно практиковаться, тренироваться и репетировать всевозможные ответы.

Кто-то всю свою жизнь учится на неудачах, а кто-то тренируется заранее, чтобы создать ситуацию, которая научит его выигрывать чаще, чем проигрывать. Он готов к тому, что может потерпеть неудачу, но он тренируется и этим избегает ненужных неудач.

Даже глупец может учиться на жизненном опыте, а мудрец учится — для того, чтобы он смог насладиться жизнью, о которой он мечтает. Я предлагаю вам учиться и так, и так: учитесь на опыте — наблюдайте внимательно за тем, что происходит во время закрытия; а также интен-

сивно практикуйтесь, репетируйте и тренируйтесь с помощью данных этой книги — чтобы заранее подготовиться к закрытию. К тому же, записывайте, что произошло на встрече или после каждой испробованной возможности: учитывайте увёртки, возражения, барьеры и преграды, с которыми вы столкнулись. И обязательно хотя бы десять раз послушайте аудиозаписи, где я показываю, как бы я применил каждую технику закрытия продаж.

Очень часто и повсеместно те, кто закрывает сделки, не осознают, что именно привело к закрытию. Большинство опытных продавцов не знают или не обращают внимания на те действия, которые приводят к успеху; не знают, что это важно. Большинство людей как-то натываются на закрытие или добираются до него, но они не ЗНАЮТ, что привело к согласию, и поэтому они не способны повторить эти действия. Они в восторге от результатов, но поскольку они не знают, что привело к этим результатам, они не могут это повторить, и снова обретают неуверенность. В этом и есть постоянная проблема «закрывателя» — он не знает, и поэтому он никогда не может быть уверен, и, следовательно, не может предсказывать результаты. Время течёт, и те, кто стараются закрывать, становятся всё менее эффективными, потому что клиенты чувствуют эту неуверенность и отказываются действовать — каким бы ни было предложение. Школа ударов и ошибок и табель неудач доведут человека до того, что он сдастся. Сперва он будет оправдываться и придумывать неверные причины неудачи, а затем он откажется от своей цели быть мастером и смирится с посредственной карьерой и с чужой экономикой.

## Закрывать продажу или «зарыть» продажу?

Уже тысячи раз писали о том, что продажи могут быть очень прибыльной профессией, и тем не менее — неправда, что человеку платят за то, что он продаёт. Продавцу платят только тогда, когда ему удаётся закрыть сделку и добиться обмена. Поэтому «закрытием» можно назвать ту необходимую и поворотную точку в продажах, когда происходит обмен чем-то ценным между сторонами. В эту секунду сделка закрыта, и все, кто участвуют, получают награду!

Уберите букву 'К' из слова «закрывать» (продажу), и у нас получится — «зарыть продажу». Опять же — универсальная идея. Смотрите, уберите букву 'С' из английского слова «Close» (закрывать), и получится — «Lose» (проиграть). Так что, если вы не умеете закрывать других людей, убеждая их в своих идеях, мечтах, предложениях и проектах, то вы проигрываете! Это правда — пускай жестокая, беспощадная и неприукрашенная: когда вы не закрываете, вы проигрываете. Если вы не закрываете, не убеждаете

кого-то в своём предложении, то вы отказываетесь от чего-то своего и «покупаете» чужое предложение (убеждаетесь в нём). Когда вы не закрываете, то очень сильно страдает и ваш кошелёк, и ваш боевой дух.

Закройте сделку, добейтесь согласия, пускай все стороны обменяются чем-то ценным — и вот тогда трубачи грянут марш, на улицах везде и повсюду будет праздничный парад и отворятся врата небесные. Ну, может быть, я слегка переборщил в моём ликовании, но по крайней мере, когда вы добиваетесь согласия и закрываете сделку, то ощущение такое! Все кайфуют, заново вдохновляются будущими возможностями, снова обретают веру в свой товар или услугу и ощущают себя непобедимыми — по крайнем мере, на какое-то время.

Для того чтобы повторять эти действия и предсказывать будущие результаты, необходимо точно знать, что именно привело к закрытию. С такими знаниями и со способностью предсказывать вы взлетите прямо до стратосферы — своей собственной новой стратосферы, и вот тогда вы будете сами заказывать музыку на параде (да и сам парад), и танцовщиц, и оркестр по своему желанию. Когда вы будете в состоянии это делать, вы сможете осуществить свои мечты и создать целую экономику — по крайней мере, для себя!

Настоящий ПРОФЕССИОНАЛ ЗАКРЫТИЯ (или «закрыватель-профи») — это человек, который не пожалел времени на то, чтобы наблюдать, что происходит, и записывать ситуации и происшествия, и не пожалел времени, чтобы тренироваться, практиковаться и репетировать — перед тем, как оказаться в ситуациях, когда надо закрывать. Такой человек отрепетирует, что нужно говорить, чтобы добиться закрытия; он будет понимать, почему сделку с кем-то удалось или не удалось закрыть, и он будет готов ко всевозможным вариантам. Настоящий «закрыватель-профи» полон уверенности в своей сфере деятельности и в своей профессии; он способен предсказывать свой доход и обожает свою работу! Когда есть такая уверенность в ситуациях, то приходит вера в себя; а когда есть вера в себя, то в результате будет больше закрытых продаж; а больше закрытых продаж, в свою очередь, поднимает все эти факторы на новый уровень. Человек начинает излучать некую энергию, которая настолько привлекательна, убедительна и непреодолима, что людям не остаётся ничего, кроме как постоянно говорить ему — «да».

Способность ЗАКРЫВАТЕЛЯ-ПРОФИ добиваться результатов и его успех в этом растут потому, что он ЗНАЕТ своё дело, свою игру, и потому, что может быстро подстроиться под ситуацию, когда это нужно; в конце концов, он способен контролировать ход дел и получать верные результаты! И тогда он становится ценнее для всех окружающих.

В рецепте успеха и в стремлении добиваться в жизни своего людям больше всего не хватает одного важного ингредиента: посвятить себя



практике, тренировкам и репетированию навыка «закрывать» и относиться к этому навыку как к приобретённой и приобретаемой способности. Это не прирождённый навык — его нужно развивать.

Не существует недостатка мечтателей, а есть только недостаток людей, которые делают то, что нужно, чтобы претворять свои мечты в жизнь. Отсутствие или недостаток активного изучения приводит к отсутствию или недостатку ЗНАНИЙ и уверенности, и вместо этого люди надеются, мечтают, умоляют, молятся, и — в конце концов — разочаровываются. Когда речь идёт о чём-то столь важном как умение добиться поддержки и содействия других людей, то важно понимать:

Недостаток «ЗНАТЬ» приводит к «ВОТ ТЕ НА!»

Недостаток «KNOW» приводит к жизни полной «NO». (Не забыли? — «Know» это «знать», «No» — это «нет»).

Есть поговорка: «Знания — без новых знаний, как костёр без новых дров!» У тех, кто победителем идёт по жизни, — вечная жажда знаний и решений, потому что они хотят ещё лучше контролировать свои результаты в жизни и снизить вероятность жизненных «НЕТ» тем, что теперь у них ЕСТЬ больше ЗНАНИЙ.

# Уметь — стабильность иметь

Вам необходимо разработать в себе способность помогать покупателю принимать окончательное решение о вашем предложении. Тогда покупатель, наконец, сможет прекратить свои поиски, размышления, обсуждения, сомнения, мольбы, расспросы, увёртки и возражения. Для клиента так намного лучше, и это придаёт ему стабильности; а также, у вас самого в жизни будет больше продуктивности и стабильности в той степени, в которой вы можете закрывать продажу с клиентами. Это само по себе делает вас ценным на рынке. Те, кто умеют успешно и неизменно закрывать и убеждать людей, — любят жизнь, а те, кто не умеют, — страшатся её!

Те, кто умеет продавать свои идеи, мечты и товары; те, кто знает, как закрывать — получают всё, чего хотят от жизни, потому что они могут добиваться обмена от других людей вне зависимости от того, что они продают или рекламируют. Те, кто умеет закрывать; кто знает, что говорить и как улаживать возражения; знает, как не дать процессу продажи угаснуть; знает достаточно различных стратегий, чтобы справиться даже с самым сложным клиентом — смогут закрывать сделки и предсказывать свой доход. Это самые ценные люди — и для компаний, и для целых экономик, потому что они добиваются результатов. Они никогда не останутся без работы и у них всегда будут возможности, независимо от состояния экономики.

В книге “Продавай и выживай” я рассказал вам о принципе предсказания дохода. Вот он: если вы не способны предсказывать свой доход, то вы чего-то не знаете. Возможно, что:

1. Вы не знаете, чего хотите.
2. Вы знаете, чего хотите, но не знаете, как этого добиться.
3. И то, и другое!

Каждый раз, когда мне трудно добиться своего, я спрашиваю себя, чего я не знаю, — и разбираюсь в этом. Или же — я перехожу ко второму пункту: а правда ли я этого хочу? Когда речь обо мне, в большинстве случаев я правда чего-то хочу — просто не знаю чего-то о том, как

это получить. И тогда я приступаю к делу и изучаю всё, что возможно о нужном предмете.

Вы к своему желанию —  
 Как будто хворост к пламени —  
 Добавьте знаний, и тогда:  
 Вы воплотите цель всегда,  
 За миг ли, месяц иль года...

У большинства тех, кто приходит на мои семинары, есть желание, но не хватает верных знаний. Им просто нужно научиться более эффективно закрывать сделки, когда представляются возможности. Нет недостатка возможностей; наоборот, есть изобилие упущенных возможностей — упущенных из-за того, что человек был не готов довести дело до конца и до закрытия.

## Учиться на опыте — дорого

После окончания университета я пошёл работать в продажи на полную ставку. Когда я в первый раз услышал термин «закрыть сделку», я мало что знал о продажах и уж тем более ничего не знал о переговорах и закрытии сделок. Неважно, в каком вы учитеесь университете, — там просто не учат таким навыкам. Даже когда я стал работать продавцом, никто не подсказал мне, что существуют стратегии или техники, чтобы закрыть продажу таким образом получить свою награду.

Кто-то указал мне на то, что эта штука под названием «закрытие сделки» — на самом деле конкретный шаг, который нужно выполнить в процессе продажи, а не просто что-то, что происходит вследствие того, что вы проводите процесс продажи. Итак, я начал прислушиваться к тому, что делают другие продавцы, поскольку я предполагал, что раз у них уже большой стаж — они знают своё дело. Дам вам один совет: не предполагайте, что люди обязательно умеют продавать, а уж тем более закрывать, лишь потому, что они работают в этой сфере! Большинство продавцов не пришло к пониманию того, что в действительности требуется для постоянства при закрытии продаж, и ещё меньше из них понимают, как в точности контролировать этот процесс и результат. Большинство продавцов — даже самые настоящие ветераны — и понятия не имеют обо всём этом. Это неудивительно, потому что большинство из них не уделили этому времени и усилий — необходимых для того, чтобы научиться именно тем навыкам, которые нужны. Я же предположил, что все продавцы в моём окружении знали своё дело, и поэтому я начал внимательно следить за ними — особенно за самыми опытными.

Несмотря на то, что я в некоторой степени и познал продажи, пока наблюдал за этими людьми, и несмотря на то, что меня кое-что впечатлило,

теперь я понимаю, что привил себе некоторые ужасные привычки из-за того, что наблюдал за этими продавцами и учился у них.

Именно поэтому я и написал это пособие и поэтому открыл свой собственный университет продаж и закрытия сделок. [www.CardoneUniversity.ru](http://www.CardoneUniversity.ru) — это для продавцов в любой сфере, а конкретно для продавцов автомобилей есть особый колледж — [www.CardoneOnDemand.com](http://www.CardoneOnDemand.com).

Понимаете, большинство «опытных» продавцов вплоть до сегодняшнего дня обучались в «дорогой» школе «реактивного обучения» и именно там получили свои знания. В этой «школе» методика такова, что вы ничему не можете научиться до самого события, а учитесь только на опыте. Это самый популярный, самый дорогой и самый неуспешный подход к обучению.

Обучение только на основе опыта — самый дорогой и самый долгий путь к настоящей мудрости. Мои коллеги учились, пока вели переговоры и терпели неудачи, — а затем вносили небольшие изменения на протяжении очень долгого времени. Второй путь (гораздо более практичный) — это учиться, наблюдать и самому создавать ситуации, в которых можно заранее научиться справляться с чем-то. Тем не менее, мои коллеги учились после, а не до, и затем вносили небольшие исправления на протяжении какого-то времени — обычно на протяжении всей своей карьеры. Такой реактивный способ обучения приводит к огромным потерям в сделках, не говоря уже об эмоциональных потерях!

До начала работы в продажах я семнадцать лет стремился к знаниям и считал, что чем больше я изучу, тем ценнее буду для рынка. Мои коллеги, по всей видимости, считали как раз совершенно наоборот! Я спрашивал их, есть ли школы, книги или что-то, что можно посмотреть или послушать для того, чтобы научиться и понять. Они же считали, что научиться закрывать можно только самим действием закрытия, и что продажи — количественная игра, а если точнее — что результаты в продажах зависят от того, со сколькими вы встретились клиентами. Они верили в то, что закрытие невозможно контролировать, и что всё само как-то разрешится, — нужно лишь время.

Я согласен, что успех в любой области в какой-то степени зависит от того, насколько вы общаетесь и даёте о себе знать, но я знаю и то, что существует наука о том, как повышать результаты в любом бизнесе или занятии. В любой жизненной области есть своя наука (совокупность знаний), и я верю, что можно улучшить что угодно, если достаточно учиться и достаточно посвятить себя делу! Если бы всё дело было только в количестве, то успех был бы лотереей — да и только, и невозможно было бы его никак контролировать.

У меня не было больше никаких других источников информации, и поэтому я продолжал наблюдать и учиться у других продавцов. Чест-

но говоря, они знали гораздо больше меня, но когда я слушал этих «профессионалов» и наблюдал за ними, я видел, что все их попытки сводились к одним и тем же категориям, и обычно результаты были не ахти. Во время переговоров они говорили что-то вроде: «Что нужно, чтобы сделка состоялась?», «Какими должны быть обстоятельства?» «Какой у вас бюджет?» «Если бы я мог пойти вам навстречу и сделать это, вы бы купили?»

## Лучший продавец — не столь важное звание

Самый опытный и уважаемый из продавцов нашей команды работал на одном месте двенадцать лет, и добился только средних результатов — в лучшем случае. Несмотря на то, что он вёл себя довольно уверенно, был опытнее всех нас (и успешно продал нам идею, что он — король), он, тем не менее, не умел предсказывать свой доход, никогда не знал, насколько он будет продуктивен, и его заработок не рос. Хотя он и хвастался былыми результатами, но когда речь заходила о будущем, — он говорил о нём так, будто всё решает кто-то другой или будто всё зависит от экономики, руководителей или от производителей товара. По всей видимости, его будущая продуктивность зависела от кого угодно, только не от него.

Меня смущали такие наблюдения, и это противоречило моим представлениям о том, как другие люди начинают и ведут своё дело! Как такое может быть, что кто-то работает двенадцать лет на одном месте и не способен предсказывать свой доход? И если его результаты зависели от всего остального — от экономики, производителя товара и от случайностей, то где же стабильность и уверенность? Если невозможно планировать, то как же я когда-либо смогу поехать в отпуск, вложить деньги или купить дом?

И наконец — больше всего меня тяготил такой вопрос: как может кто-то продать меньше товара за 144-й месяц работы (12-й год), чем за первый месяц? Я задался этим вопросом на ранней стадии своего замешательства, потому что у «короля» был, по его собственным словам, ужасный месяц. Он жаловался, что за последний месяц продал в два раза меньше товара, чем за свой первый месяц работы. Я ужаснулся от этого, потому что мне казалось статистически невозможным, чтобы кто-то продал меньше товара после двенадцатилетнего опыта работы, двенадцати лет приобретения знаний и двенадцати лет работы с клиентами. Но именно это с ним и происходило — с этим самым уважаемым продавцом, и я знал, что если это могло случиться с ним, то может — и со мной.

## Страх — признак незнания

Я общался с университетским приятелем и рассказал ему об этой истории, и том, насколько она приводит меня в замешательство, а он ответил: «Может, эти ребята не особо знают, что делают, и не стоит себя с ними сравнивать. Может быть, у них не хватает приверженности и посвящённости делу, образования и таких стремлений, как у тебя. Может, у тебя не обязательно должны быть перепады в работе, и не стоит брать пример с этих людей, когда планируешь свою карьеру». Его слова дошли до меня и произвели впечатление. Я понял, что эти люди неверно подходили к своему будущему, и что я должен был **ДЕЙСТВОВАТЬ** иначе. Я понял, что сам по себе стаж на рабочем месте или в какой-то карьере не гарантирует, что человек будет профессионалом или добьётся наилучших результатов.

Хотя они себя и называли профессиональными продавцами, они очень мало что знали о продажах и не принимали активного участия в процессе, не контролировали результаты своей деятельности. Ни у одного из них не было ни одного настоящего метода или плана, а лишь ограниченное количество стратегических ходов в беседе, и эти люди в лучшем случае тыкали пальцем в небо. Они не шли снова учиться, не обновляли своих навыков, у них не было пособий, они не читали книг и не уделяли времени тому, чтобы оттачивать свои навыки.

## В успехе должна быть закономерность

Я добился некоторого успеха в продажах — просто он не был постоянным, предсказуемым и закономерным, и у меня не было ощущения, что я скоро взлечу до небес. Если вы не можете предсказывать свой успех, если не можете полагаться на него, и не чувствуете, что в какой-то мере движетесь к расширению, то разве можно это на самом деле назвать успехом? Вплоть до этого момента мой успех был пугающим, потому что он был из той изменчивой и загадочной категории успеха, в которой нет никакой надёжности. Это происходило не потому, что я не старался, а потому что у меня не было проверенных стратегий добиваться от людей согласия, и потому, что мне не удавалось стабильно доводить их до той решающей точки обмена, о которой я раньше вам рассказывал! Я не знал своего дела, а значит — все результаты были случайными.

До этого моя карьера направлялась туда же, куда и карьеры окружающих людей. Не было стратегий, контроля, обучения, и не было плана. Не нужно быть гением, чтобы понять, что без этого... ладно, вы и так знаете, чем кончаются такие истории. Я говорил себе: «Остаётся только работать усерднее, встречаться с большим количеством клиентов, уделять этому

больше времени, и всё пойдёт к лучшему». Это были скорее надежды, а не стратегия, и заканчивалось это тем, что усилий было больше, чем результатов. Я «зарывал», а не закрывал продажи.

Мне начали надоедать эти надежды, я пресытился страхами и был очень близок к апатии, потому что трудно работать усерднее, когда нет результатов. Когда возникала возможность закрыть продажу, преимущественно всё сводилось к тому, что у меня колотилось сердце, я боялся до смерти, держал кулаки, надеялся и молился. На самом деле мне было страшнее, чем клиентам, а это — нехороший признак.

**ПРИМЕЧАНИЕ:** страх это признак того, что вы что-то не знаете.

В тот момент времени я не знал, как попросить клиента завершить сделку, не знал как обосновать или объяснить её клиенту, не умел создавать чувство срочной необходимости, не представлял себе закрытия, не умел ни предсказывать, ни улаживать возражения клиентов и не умел проявлять настойчивость. Мои низкие результаты проистекали не из неудачи, а из того, что я не знал, что делать, и не знал своего дела; а поскольку я не знал, что делать, то результатов и не было.

Тогда у меня «включилось» такое состояние, когда вы обвиняете других, чтобы оправдать свои неудачи и расстройтва. Я начал винить клиентов в том, что они неразумно себя ведут, что с ними сложно иметь дело, что они не соответствуют требованиям (когда они на самом деле соответствовали); и в том, что они впустую тратят моё время. Когда мне надоело обвинять покупателей, я начал винить управление, экономику и даже сам товар. Именно через это проходит каждый продавец и каждый мечтатель, когда терпит неудачу, и они делают это перед тем, как сдаться, чтобы оправдать свои плохие результаты. Невозможно оправдать плохие результаты тем, что виноват кто-то другой, и облегчения от этого тоже не наступит. Даже если ещё кто-то и виноват в ваших низких результатах, то результаты всё равно не улучшатся, пока вы сами что-то не сделаете. Нельзя ожидать, что другие что-то изменят, если вы сами не готовы что-то менять и не делаете этого.

# Наука закрывать

Однажды утром в понедельник, когда я уже твёрдо решил, что настало время перемен, один мой знакомый, которому была небезразлична моя карьера, дал мне плёнку консультанта, который учил людей профессионально вести переговоры. На этой плёнке консультант приводил примеры, как можно разумно и логично отвечать клиенту, чтобы закрыть продажу. Казалось, что он даже умел управлять и контролировать всю последовательность продажи так, чтобы дать ей толчок и довести её до конечного результата! Этот тренер рассказывал о закрытии сделок как об искусстве и о науке.

Я очень обрадовался, когда узнал, что есть техники, стратегии и даже целая наука для того, чтобы повысить способность человека закрывать сделки. Тогда я понял, что мне есть, что изучать, и что это нечто улучшит мои результаты и повысит мой доход. Как только я начал пользоваться этими новыми стратегиями, я осознал, что они не только о продажах товара, но что они не менее полезны в жизни — потому что учат, как убеждать других и тем самым добиваться своего. Ведь правда, — что ещё нужно в жизни, кроме того, чтобы убеждать людей и заручаться их согласием, чтобы ваша собственная жизнь была лучше?

Мой взгляд на будущее и моя уверенность в себе взлетели до небес. Я будто «карьерно» ожил и в первый раз стал радостно смотреть в будущее! Я тренировался по пособию каждую свободную минуту. Когда у меня не было клиентов, я обучался и практиковался. При этом я не просто слушал плёнку, но и пользовался данными, практиковался, тренировался и репетировал. Я слушал плёнку, пока не заиграл её, и верил, что если буду достаточно слушать и практиковаться, то я научусь обращаться с людьми и улучшу свои результаты. За первый год я посвятил обучению и тренировкам где-то, наверное, две тысячи часов.

Когда мне было двадцать пять лет, я становился просто умалишённым, когда речь шла о переговорах и закрытии, — я каждую секунду читал и слушал всё, что мог раздобыть. С того времени я потратил сотни тысяч долларов на исследования, обучение, поездки, материалы и семинары,



чтобы лучше разобраться в том, как добиваться неизменных результатов в работе и жизни. Я решил и посвятил себя делу полностью и бесповоротно, потому что мне было худо от того, что я не добивался результатов. Когда вам наконец надоело то, что вам всё надоело, вы сделаете всё, что угодно, чтобы выйти из этого состояния! А без обучения невозможно улучшить никакое жизненное состояние.

## Насмешки других — хороший показатель

Мои коллеги смеялись и насмехались надо мной из-за моей новой страсти и увлечения. Но их смех продолжался недолго, потому что моя результативность подскочила почти тотчас же! С того времени я понял — последние тридцать лет моей жизни лишь подтвердили это — что насмешки других очень часто хороший признак, потому что они говорят в том, что вы делаете что-то правильно! Их доход не менялся, а мой подскочил безудержно. Мои результаты стали очевидными — по проценту закрытых продаж, по общему количеству продаж и по выросшему доходу. Я в первый раз стал лучшим продавцом и лидировал с такими статистиками, которых не бывало в этой группе и которых не добивался ни разу и сам «король». В какой-то месяц я продал больше, чем вся команда вместе! Я был сам не свой от радости и самоуверенности. Я держал узды в своих руках, и я знал, что только набираю скорость. Доход на самом деле прямо пропорционален тем усилиям, которые люди готовы приложить к обучению!

Сперва все — даже я — думали, что мои результаты — это лишь везение, удача и просто случайность, и что повторить и поддержать такой уровень невозможно. Я не прекращал учиться, и каждый месяц я обходил всех, даже себя самого в прошлые месяцы. Никто больше не насмехался надо мной, но какое-то время они тихо ненавидели меня — что ж, я был занят и не обращал на это внимание. В конце концов, мои коллеги поняли, что это не просто временная удача, и многие продавцы стали ходить за мной хвостом, чтобы понять, что я делаю и откуда такие результаты. «Король» был не очень рад, что у него отобрали трон, но прошло время, и я заслужил даже его уважение. У нашего управления было несколько точек сбыта, и они попросили меня обучать наших ребят этим новым открытиям и стратегиям. Так мы и сделали.

Я стал помогать другим, и от этого моё понимание данных и самой темы перешло в иное измерение. Изучение информации — это один уровень понимания, но когда вы учите других, то сами поднимаетесь до такого осознания, что не описать словами. Когда вы учите других, нужно не просто выучить предмет, но и понять его настолько хорошо, чтобы внятно

передать его людям, а это требует чуть ли не сверхъестественного понимания и применения данных. Дело в том, что вы не только знаете свои мысли о предмете, но и понимаете точку зрения ученика. Моя уверенность в предмете выросла в геометрической прогрессии. Прошло всего два года, и за это время я познавал всё, что мог, о закрытии продаж, и передавал это другим, но за эти два года я стал как автомат по переговорам и закрытию сделок. Было удивительно, как быстро я добился результатов, насколько я был вдохновлён, да и то, что мой доход вырос почти в десять раз, тоже не мешало.

## Иметь или не иметь

Сегодня, после того, как я годами посвящал себя изучению этого предмета, я могу присутствовать при переговорах и чуть ли не знать, что произойдёт, до того, как это происходит. Спортсмены рассказывают о том, что после многих лет упорной работы и тренировок вырабатывается такая способность: предсказывать действия и «ходы» других людей. Это очень странно, даже как-то фантастично, когда вы понимаете, что происходит на переговорах, знаете точно, что скажет ваш клиент и что нужно будет сделать, чтобы его уладить. Иногда мне кто-то пишет или звонит на работу и спрашивает совета о сделке, над которой он работает, и я могу ему точно ответить, в чём была ошибка и что нужно, чтобы её исправить. Такого понимания, как закрывать сделку, может достигнуть любой человек, если он готов посвятить этому время. В течение последних двадцати пяти лет, я всегда готов был помочь человеку улучшить результаты, если он был готов прислушаться. На самом деле это весьма просто, и нужно лишь желание, приверженность делу и некоторое изучение предмета.

Недавно я разработал программу, которой можно пользоваться «по требованию» — я просто записал в студии звукозаписи сотни различных ответов на всевозможные возражения, с которыми можно столкнуться при закрытии. Эта информация есть в интернете и доступна на вашем компьютере, планшете или телефоне — в любом месте, где есть доступ к интернету, — и она доступна 24 часа в сутки, 7 дней в неделю — по вашему желанию. Вы просто находите ту технику закрытия, которая лучше всего подходит в вашей конкретной ситуации, и через тридцать секунд вы знаете решение. Я называю это «Решения на ходу», и с их помощью можно быстро узнать, как бы я закрывал продажу в данной ситуации. Это прекрасный способ мгновенно получить ответ — как будто я с вами в каждой сделке.

Позвоните в мою компанию и скажите, что вам нужна программа «Решения на ходу», и вам всё организуют и научат ею пользоваться. Также вы можете посетить сайт [www.CardoneUniversity.ru](http://www.CardoneUniversity.ru)

## Одна буква меняет всё

Вы ещё не забыли, что слова «закрывать» и «зарывать», так же, как и английские слова «close» (закрывать) и «lose» (проигрывать) отличаются лишь одной буквой...?

**ВНИМАНИЕ:** вы должны полностью — «от А до Я» — понять, что если вы не закрываете, то вы проигрываете, проигрывает ваша семья и ваша компания, и если вы по-настоящему верите в свою продукцию, то вы поймёте, что и ваш клиент проигрывает, когда вы не убедили его купить то, о чём рассказываете. Я именно так и верю в мои сегодняшние услуги и продукцию, и именно потому, что я всем сердцем в них верю, я проявляю гораздо больше настойчивости при переговорах, чем обычный продавец. Не мешает и то, что я хорошо обучен, и мне есть, что сказать.

Я лично настолько уверен в своей продукции, что я всей глубиной своей души верю в то, что каждый без исключения проигрывает, если я не закрою продажу. Такая уверенность, а заодно арсенал знаний, приёмов и техники продаж — это то «топливо», которое позволяет не сдаваться и добиться закрытия. Между «закрывать» и «зарывать», между «закрывать» и «проиграть» разница невелика — всего лишь одна буква в обоих языках. Но на самом деле чаще всего именно этого немногого и не достаёт, чтобы закрыть большинство ваших сделок. 'К' — та буква, что отличает «закрывать» от «зарывать», может символизировать «крепкую приверженность». Крепкий — это стойкий, непоколебимый, а приверженность можно определить так то состояние, когда вас что-то толкает и побуждает к действию. Сегодня так не хватает крепкой приверженности: ведь очень редко встречаются приверженные люди — люди, у которых хватает побуждения действовать и делать всё, что нужно, ради результата! Ну и, конечно, английская буква 'C', которая отличает «закрывать» от «проиграть» — это тоже «приверженность» (commitment).

Можно также сказать, что 'К' — это «классическая закономерность», потому что именно это и требуется для того, чтобы повысить процент закрытия в продажах. Классическая — в данном случае это «замечательная, отличная», а закономерность — это отсутствие непостоянства или противоречий. Закономерность необходима, и если она есть, вы сможете делать выбор и принимать решения без элементов непостоянства и случайности, а это внесёт больше гармонии, стабильности и логичности в ваши переговоры. Да и в английском эта буква 'C' символизирует «закономерность» (consistency).

Наконец, 'К' в слове «закрывать» может означать «конечно, могу!» — такой настрой незаменим для того, чтобы добиться, чтобы всё было, как нужно. Когда мы говорим «конечно, могу!», то имеем в виду «радостную готовность не избегать, а смотреть в лицо преградам и трудностям». Если

вы не привнесёте такого настроения в свои переговоры, то никто не будет вас поддерживать в игре закрытия, и неважно, насколько привлекательны ваша цена, товар и предложение. Ваши переговоры будут полны сопротивления, эмоций, обвинений, лжи, увёрток и даже досады. Нужно каждый раз включать настроение «конечно, могу!». Точно, вы догадались: английская буква 'C' — это «can-do-attitude» (настрой «я могу»).

Не важно, 'K' или 'C', но упустите хоть одну букву, хоть одну черту, и вы не закроете; останется лишь зарыть продажу и проиграть. Многие люди верят в свой товар, свои услуги или идеи, но им не хватает техники, и поэтому у них нет выносливости, и они не закрывают. Мир никогда не узнает, как прекрасны ваши товары и услуги, пока вы не научитесь закрывать!

Всё решает — верите ли вы в то, что у вас есть нечто бесподобное, и умеете ли вы побуждать людей к действию, когда речь идёт о вашем предложении. Тот, кто продержится дольше всего, добьётся самого «пре-наибольшего», потому что он убедительнее всех. Я не говорю о том, что на закрытие нужно тратить много времени, а лишь о том, что вы должны быть уверены, когда закрываете, что у вас есть нечто превосходного качества, что вы должны быть искусно обучены и у вас должно быть достаточно техник, чтобы никогда не сдаваться, пока вы не получите свой обмен.

## Суровая реальность

Либо вы закрываете, либо вы «зарываете» продажу и проигрываете — другого выбора нет. Такова суровая реальность. Ничто не обходится продавцу дороже, чем неудавшаяся сделка — НИЧТО. Такие проигрыши истощают его уверенность в себе, в товаре и в своих идеях. Когда у продавца не получается закрыть, то он заметно падает духом. Проходит время, и он отказывается от своих стремлений, а его внимание приковывается к накопленным поражениям; всё это сильно отличается от той уверенности в себе и компетентности, которые порождают успех. Неудавшаяся сделка приводит к пагубным результатам, потому что влечёт за собой и усугубляет неуверенность, неопределённость, сомнения, страх, безнадёжность, и, в конце концов, новые неудачи в продажах. Такие неудачи обходятся очень дорого и вам, и вашей компании — морально и денежно, — поэтому не нужно относиться к ним беспечно и считать неизбежными. Люди начинают относиться к продажам слишком легкомысленно и убеждают себя сами, мол, «ну, просто так вот оно устроено».

Когда вы не закрываете — не выигрывает никто, кроме, быть может, ваших конкурентов! Клиент уж точно никак не выигрывает от того, что вы не закрываете, потому что ему приходится продолжать свои поиски товара, услуги или решения той проблемы, которую — как он надеялся — вы

поможете ему решить. Помните о том, что никто не выигрывает от того, что вы не закрываете — никто! Не подходите к этому рассудительно. Для вашего будущего успеха жизненно важно понять, что, когда вам не удастся закрыть продажу, в конце концов, проигрывают все. Тренируйтесь и вбейте себе в голову крепко-накрепко. Вы должны ЗНАТЬ техники закрытия этой книги настолько, что сможете пользоваться ими в любом порядке и непринуждённо, и тогда результаты будут небывалыми.

Крайне важно развеять любые представления и мысли, будто суть продаж — понравиться покупателю или чтобы ему понравился сам товар или компания. Если бы лишь это было нужно для успеха, то 90 % всех продавцов были бы богаты, но это не так! Успех, постоянство и надёжные результаты в продажах зависят не просто от того, что вы или ваш товар понравились людям; они зависят от того, что человек наконец согласился, — и согласился действовать. Как бы вы ни были обаятельны, если вы не умеете закрывать, то не получите своей награды (а её можно получить), а ваш клиент не пожнёт плодов от пользы вашего товара, услуг или идей.

Закрытие — это именно тот шаг в продажах, который отличает имущих от неимущих. Закрытие сделки — это тот шаг, который отличает тех, кто любит свою работу, от тех, кто её недолюбливает. И именно закрытие — граница между страной мечтателей и страной тех, кто реализует мечты. Я не приукрашиваю. Чтобы воплотить любую мечту, нужны действия, а самое важное из действий — это то, которое завершает собой сделку или договор. Ни одна мечта не станет реальностью, пока некто не закроет и не убедит других претворить её в жизнь. Мечтам нужен не мечтатель, а закрыватель! А вот идеальный «закрыватель» — «закрыватель чьей-то мечты» — сделает всё, что только нужно, чтобы убедить людей в том, в чём ему нужно их убедить, — для воплощения мечты!

# Граница между победой и проигрышем, или Решающий миг

Проведённые опросы говорят о том, что из всего процесса продажи больше и превыше всего продавцы страшатся переговоров и закрытия. Закрытие — это тот миг в любой сделке, когда приходит время попросить клиента действовать. Это действие всегда требует перехода какой-то ценности (или чего-то, что кажется ценным) из рук в руки; или же даётся какое-то обещание в обмен на нечто ценное. Может быть, человек платит за товар, а может быть, подписывает какое-то обещание или контракт и обязуется платить по частям. Не всегда при закрытии присутствуют деньги, но всегда присутствует нечто ценное для всех сторон.

Именно в этот решающий миг людей бросает в дрожь и лихорадит; у них заплетается язык, потеют ладони, путаются мысли, сердце готово выпрыгнуть из груди, и они столбенеют от ужаса. Когда у продавца появляются такие бурные реакции, он начинает сомневаться и в себе, и в своей миссии, и — конечно же — клиент тоже начнёт сомневаться. Эти отрицательные чувства и эмоции — всего лишь следствие того, что продавец не полностью понимает, как закрывать и добиваться окончательного согласия, и не полностью подготовлен к тому, чтобы предоставить клиенту эту услугу — закрыть продажу. Да, вы не ошиблись — именно услугу. Закрывать продажу — это услуга, и ей нужно учить как услуге, потому что при закрытии вы помогаете человеку принять решение. Вам необходимо научиться правильно держаться в этой ситуации и правильно справляться с ней; при этом научиться нужно так, чтобы у вас больше не было таких физических реакций, и надо тренироваться, пока вы не будете полностью готовы и способны предоставить человеку эту услугу — закрыть продажу.

Люди, компании и даже целые сферы промышленности не подозревают, что есть такая сногшибательная истина, что закрытие — это услуга. Компании непрерывно говорят об обслуживании клиентов, но так и не закрывают продажи своих товаров и услуг. Невозможно никого обслуживать, если сперва не закрыть с этим человеком продажу.

## Почему не удаётся закрыть продажу

Почему этого шага — того, который определяет доход продавца — больше всего боятся; почему перед ним так благоговеют; почему его меньше всего понимают и почему он самый неприятный? Как может быть так, что вам нравится знакомиться и встречаться с людьми, нравится показывать товар и рассказывать о компании, а затем — внезапно и непонятно почему — вы ненавидите закрывать? Что же происходит, когда продавец, который уверен в себе, знает, что у него качественный и лучший товар, даже и не попросит клиента купить? (А может, попросит, если покупатель не сопротивляется). Есть много причин, почему так может происходить, и я расскажу вам о нескольких.

Во-первых, я считаю, что когда большинство продавцов и предпринимателей впервые начинают заниматься этой деятельностью, они получают неверную информацию о том, как добиваться настоящего успеха. Продавцам годами рассказывают о продажах: кое-что правда, кое-что — ложь, а кое-что просто устарело! В жизни всё меняется. И то, как общаться, убеждать, вести переговоры и закрывать — не исключение. Вряд ли можно утверждать, что техники тридцатилетней давности будут настолько же успешны сегодня.

Скорее всего, вам, как и мне, рассказывали, что продажи — это просто. Быть может, вам рассказывали, что в продажах нужно понравиться клиентам. А может вам вдалбливали, что в продажах главное — товар; или что главное — определить, на что сильнее всего откликается клиент, и выполнить эти требования. Ещё вам, может быть, рассказывали, что в продажах важнее всего наладить отношения с клиентом и заручиться его доверием. Может, даже кто-то вам советовал не пытаться закрыть продажу, и возможно, вам предлагали не быть слишком настырным, не вести себя оскорбительно и невежливо, или говорили, что для того, чтобы закрыть, нужно давить на людей, а это никому не нравится.

Пусть что-то из этого и правда, но все эти советы дают не совсем полное представление о том, как стать по-настоящему успешным продавцом и закрывать. Когда я говорю об успехе в продажах, я не ограничиваюсь рабочими результатами, а подразумеваю, что вы преуспеваете, расширяете свою деятельность и влияние, добиваетесь в жизни своего, «продаёте» свои идеи и мечты, да и наполняете себе карманы — вот о таком успехе мы говорим. В таком случае, закрывать продажу — это правило, а не исключение. Есть много разных сокровищ, и пускай деньги — лишь одно из них, но всё же в этой книге речь не просто о том, чтобы вам нравились продажи, или вы получали от них удовольствие, а о том, чтобы вам прекрасно платили, потому что у вас есть уникальный талант — закрывать продажу на замок!

Давайте не будем ходить вокруг да около: посредственным продавцам, пустым мечтателям и неэффективным работникам — грош цена, так что они не очень высоко ценятся — потому что сама посредственность не имеет ценности! В этом мире сотни тысяч продавцов, которые скажут вам, что продажи — это их профессиональная деятельность, и у них даже есть визитки в качестве доказательства. Когда мы с вами говорим об успешных «продавцах-закрывателях», мы говорим о почётной и немногочисленной элите настоящих профессионалов — они прекрасно обучены, им прекрасно платят, и у всех у них есть что-то общее: они умеют закрывать сделку, упаковывать в коробочку и вешать сверху бантик!

Даже шестилетний ребёнок понимает разницу между просто продажей и закрытием сделки, и насколько ценно закрывать! Когда вы приходите домой поздно вечером, целуете ребёнка перед сном, он смотрит на вас своими большими глазами и спрашивает: «Мамочка, а ты продала что-нибудь сегодня?» О чём он вас спрашивает на самом деле? Он не спрашивает вас, подружился ли вы с кем-то или навели ли кого-то на мысли о покупке, и даже не спрашивает о том, «зажгли» ли вы клиента покупкой. Ребёнок спрашивает: «А ты закрыла сделку?» Вы или закрыли, или — нет! Это книжка о том, как ответить: «Да, сынуля!»

## Дружить или закрывать?

Как-то раз один человек сказал мне, что, по его мнению, я слишком много значения придаю самому закрытию и недостаточно значения — взаимоотношениям с клиентом. Послушайте, если нет доверия и доброжелательных отношений, то невозможно закрыть. Тем не менее, взаимоотношения сами по себе не приведут к тому, чтобы закрыть продажу. В большинстве случаев продавцы заключают сделки, потому что они сами их закрывают, а не потому, что клиенту нравиться вы, ваша компания, ваши идеи или даже ваша презентация.

Конечно же, нужны хорошие отношения, потому что иначе почти невозможно закрыть. Но если бы всё сводилось только к тому, чтобы вести себя мило и дружелюбно, то навык под названием «закрывать продажу» стал бы и вовсе не нужен, потому что было бы достаточно просто показать товар, и клиент бы его купил. Если бы дело было только в личных отношениях, то ваши друзья, родственники и любимые звонили бы вам сами просто так и предлагали деньги. Но это не так.

Люди просто так не расстаются с деньгами и не принимают решений, которые несут за собой будущие обязательства — для этого им нужна помощь «закрывателя». Люди очень сильно не уверены во всём, что касается денег, и очень сомневаются в своей способности принимать правильные



решения — именно поэтому важен тот, кто умеет закрывать и может оказать им настоящую услугу, и в этом — его ценность.

Если бы фишка была в том, чтобы мило вести себя, то у всех в мире — или по меньшей мере у добрых людей — дела шли бы прекрасно. Если честно, большинство из вас слишком много значимости придают доброте и слишком мало важности закрытию продажи! Большинство продавцов слишком много времени тратят на доброту и так и не добираются до закрытия продажи и не получают ценного обмена действиями. Самое милое и доброе, что вы можете сделать для кого-то, — это добиться от человека решения и действия. Знаете ли вы, откуда слова добрый, милый, да заодно и английское 'nice» (милый, добрый)? По словарю М. Фасмера — «добрый» связано с однокоренным древнеисландским словом, которое значило «унылый» или «косный» (ленивый, неподвижный, консервативный). Слово «милый», возможно, родственно слову «малыш». А по английскому толковому словарю «Мерриам Уэбстер», слово 'nice» происходит от французских и латинских корней и означает «дурашливый, простоватый, глупенький, несведущий», и его корень — «не знать». Этого ли вы хотите — быть добрым и милым, унылым, малышом, дурашливым, глупеньким, несведущим и простоватым?

## Принцип 20/80

Я вам не предлагаю не вести себя мило — просто большинство людей уже и так умеет это делать. Я предлагаю научиться закрывать и убеждать покупателя принять решение и прекратить думать, что «милость» приведёт вас к закрытию. Не приведёт.

В словаре пишут, что «закрывать» — значит «быть способным довести дело до конца и завершить соглашение». А я определяю закрытие так: это услуга, которую вы предоставляете человеку, когда помогаете ему принять решение обменять что-то ценное на что-то ценное. *Этот навык занимает всего лишь где-то 20 % вашего времени, но отвечает за 100 % вашего дохода!*

Говорят, что для того, чтобы закрыть продажу с типичным клиентом, нужно пять раз попробовать закрыть. Я и понятия не имею, так ли это, но зато я знаю, что главная причина, почему сделку не закрывают, — это потому, что её даже и не пробовали закрыть. Вторая причина, почему сделка не удаётся, — это потому, что в арсенале продавца недостаточно техник закрытия, чтобы пробраться через всевозможные увёртки, оправдания и возражения, которые возникают на пути к закрытию продажи. Так же как боксёр на ринге, который уже не способен нанести удар или защититься, и, в конце концов, получает нокаут, продавец уходит от возможности, не достигнув соглашения, потому что у него не было плана, как вести бой,

и его поколотили так, что он уже не может оказать услугу клиенту и добиться победного «да!»

В этой книге мы предполагаем, что вы уже успешно провели презентацию, радостно и увлечённо показали ваш товар клиенту, добились доверия, что перед вами клиент, который способен купить, и что вы уделили должное внимание всем этим более ранним шагам и не свели на нет все эти крайне важные шаги, потому что они возделали вам почву для закрытия.

Мы подразумеваем, что читателю ясно, что закрытие будет успешно лишь тогда, когда продавец верно выполнил все более ранние шаги. Итак, покупатель должен «купить» или убедиться в вас, вашем товаре и вашем предложении! Покупатель должен хотеть этот товар или эту услугу!

Итак, покупатель должен:

1. «Купить» идею — убедиться в том, что вы продаёте, и хотеть этого.
2. Доверять вам.
3. Быть тем, кто принимает решение.
4. Быть в состоянии оплатить товар.

# 10 причин неудачи «закрываателей»

Хотя существует множество причин, по которым не удаётся закрыть сделку, я укажу вам на те десять основных причин, по которым, как я считаю, большинство людей не достигают успеха в закрытии, и которые мы обсудим.

## № 1 — Вообще не попытался закрыть

Это самая значительная причина того, что кто-то так и не может закрыть сделку. Всё очень элементарно и просто: вообще не пробовал, не предпринимал попыток. Такое может происходить по нескольким причинам, и все они упоминаются ниже; итак, поскольку «закрываатель» так и не попытался добиться согласия, то он его и не получит. Если не взмахнуть бейсбольной битой, нет шансов попасть по мячу; и если не пытаться закрывать, вы и не закроете. Это может быть из-за множества причин — даже просто из-за нежелания получить отказ. Мне многие говорили, что именно это для них обиднее всего, так как они терпеть не могут, когда им говорят «нет». Что ж, если вас мучают отказы, то будьте готовы к тому, что 70 или 80 лет на этой планете вам будут в тягость, а не в радость.

Я полагаю, что лучше спросить и услышать «нет», чем не получить никакого ответа, поскольку я даже не спросил. Заставьте себя пробовать закрывать; будьте готовы потерпеть неудачу, будьте готовы услышать «нет», и вас потрясёт то количество людей, которых вы закроете только потому, что вы их спросили.

## № 2 — Давление воспринимается как нечто плохое

Закрываателя научили, что давление и настойчивость — это неправильно, грубо, неподходяще, что это — плохие манеры. Поскольку его учили быть вежливым, вести себя согласно хорошим манерам и этикету, продавец не хочет быть настойчивым. Хотя важно, чтобы у вас были хорошие

манеры и вы уважительно относились к другим, не быть настойчивым — неверное данное для того, чтобы добиться в жизни того, чего вы хотите.

Когда вы были ребёнком, вам много раз говорили: «Ты должен научиться принимать отказ!» Хорошо для родителей, но не слишком хорошо для ребёнка, и абсолютно самоубийственно для того же ребёнка, когда он вырастет, и когда ему нужно будет «продавать» другим свои идеи. Чтобы выживать, вам абсолютно необходимо и жизненно важно избавиться от этого навязанного обществом воспитания и научиться тому, как закрывать и убеждать людей в своих идеях.

Если я пробиваюсь сквозь что-то, это не делает меня человеком «неприятным» или человеком с «плохими манерами»; это скорее говорит о том, что я сам уверен в моём товаре, знаю, чего я хочу, и готов пробиться сквозь любое сопротивление, чтобы это получить. В своей первой книге «Продай или продадут тебе» я рассказал вам о «продаже» всей моей жизни — о том, как я добился руки своей будущей жены! Если бы я не был настойчив в своём стремлении, то я бы не преуспел, и у меня не было бы сегодня того, что является самой большой радостью в моей жизни. За те тринадцать месяцев, когда я пытался «закрыть» её и добиться её руки, я ни разу не вёл себя невежливо, нетактично, неадекватно и непрофессионально; а просто всё время очень хотел этого, не терял интереса и был очень сильно уверен, что это верная цель. Благодаря моей настойчивости, моей уверенности, моей преданности делу и моей стойкости, я в конце концов завоевал её сердце. Если бы я был просто «мил» и не проявлял настойчивости и даже лёгкого давления — я вас уверяю — ничего бы не вышло!

### № 3 — Нежелание иметь дело с ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬЮ

Большинство людей не желают сталкиваться с теми неприятными эмоциями, которые отделяют «нет» от «да», и на самом деле стараются любой ценой избежать этой эмоциональности. Это отступление и желание избежать проявления эмоций — отступление от самой жизни. Для того, чтобы в жизни чего-то добиться, и для того, чтобы идти с людьми вместе по жизни, вы должны быть готовы справляться со всем чем угодно (и проявление людских эмоций — не исключение).

Когда дело доходит до переговоров, соглашений, решений и денег (а именно — до закрытия), люди могут становиться эмоциональными, и чаще всего эта эмоциональная реакция не имеет никакого отношения к вам или к вашему предложению. Вы должны натренироваться не придавать этому никакого значения, показать вашему потенциальному клиенту, что вы его поняли, и, разумеется, самому не впадать в эмоции. Поймите

любую его реакцию или что бы он ни испытывал, дайте этому подтверждение, но сами не реагируйте эмоционально.

Когда ребёнок начинает плакать, разве родителям тоже необходимо реветь? Надеюсь, вы ответили «нет». Когда ваш потенциальный клиент начинает вести себя слишком эмоционально, он просто выражает какую-то эмоцию — вот и всё, и не надо этому придавать большего значения, чем оно того заслуживает. Вместо того, чтобы самому становиться эмоциональным, оставайтесь спокойным, интересуйтесь клиентом и продолжайте вести переговоры до тех пор, пока не закроете сделку. Не уходите от этой неловкой ситуации, не пытайтесь от неё спрятаться, не делайте вид, что ничего не происходит, и уж точно — не реагируйте на неё. Сохраняйте спокойствие и нацеливайтесь на вашу главную задачу!

Люди начинают странно себя вести, когда дело доходит до принятия решений, особенно тогда, когда доходит до денег. Научитесь улаживать людей разумно, а не эмоционально. Научитесь спокойно сидеть на одном месте, когда клиент впадает в истерику, и вы станете мастером переговоров. Есть курс по общению, который я сам проходил, и который может научить вас тому, как оставаться спокойным и не чувствовать себя неловко в напряжённых ситуациях, и тому, как уладить любую ситуацию. Я очень рекомендую этот курс, поскольку он даст вам столь необходимый навык — уметь справиться с чем угодно.

## № 4 — Отсутствие веры в свою продукцию

Неудача в закрытии происходит от того, что продавец (который теперь уже — закрыватель) не полностью верит в свой товар, идею, услугу (или мечту) — верит не настолько, чтобы сделать что угодно для закрытия клиента. Вам нужно очень глубоко верить во что-то, чтобы осуществлять контроль, когда доходит до закрытия. Было ли у вас такое, что вы верили во что-то столь сильно, и настаивали на этом столь пылко, что вы добивались от человека сделать что-то, чего он изначально не хотел? Вот об этом я и говорю! Вам не нужно давить, чтобы этого добиться; вам просто нужно верить, что ваш товар или услуга настолько невероятны, что вы не допустите иного решения, кроме как «сделаем это прямо сейчас!» Однажды клиент сказал мне: «Вы что, давите на меня?» Я ответил: «Сэр, пожалуйста, не путайте мою настойчивость и вдохновлённость с давлением. Мне нужно, чтобы вы одобрили соглашение вот здесь и здесь». Он взглянул на меня, улыбнулся, взял ручку — и подписал.

Люди, которые ежедневно продают, нередко теряют ту пылкую настойчивость, которая приводит к тому, что покупатель ответит «да» на их предложение — что бы они ни продавали. Я писал об этом подробно

в книге «Продай или продадут тебе» и рассказывал о том, что люди сдают-ся, потому что недостаточно верят в свой товар, свои услуги и в компанию, которую они представляют. Вы должны сперва ПРОДАТЬ идею самому себе, или клиент «продаст» вам идею не закрывать продажу. Эту пылкость и веру необходимо оживлять время от времени, чтобы поддерживать на-стойчивость. В каждом процессе продажи происходит какая-то продажа. Тот, кто больше убеждён, более пылок и более уверен в своей идее, будет больше и сильнее продавать и убеждать, нежели другая сторона. Если вы сами не «продали» себе свою идею, не убедились в ней, вы не сможете довести закрытие до соглашения и действия. Самая важная продажа про-исходит задолго до того, как в неё вовлечён клиент. Мы в своей компании говорим: «Закрой или закроют тебя». Тот, кто больше уверен в своей идее, и будет главным «закрывателем» на переговорах!

## № 5 — Неверная оценка усилий

Люди неверно оценивают количество усилий, необходимых для того, чтобы достичь результатов. Это происходит с людьми всех профессий: ру-ководителями, предпринимателями, генеральными директорами, актёра-ми, спортсменами, менеджерами, мечтателями — с любым, кто пытается достичь какой-то цели. Неспособность правильно оценить, сколько энер-гии и усилий нужно для того, чтобы что-то сделать, — это очень серьёзный барьер для тех, кто пытается чего-то добиться. В результате — человек эмоционально, физически или технически неподготовлен к тому, чтобы предпринять усилия, необходимые для достижения цели.

Если вы собираетесь поднять полтора килограмма и тренируетесь только для того, чтобы поднять полтора килограмма, вам, как правило, это не удастся, поскольку жизнь, как правило, подбросит что-то неожиданное. По всей видимости, сама жизнь всегда отличается от лабораторных те-стов. Ну, например, в тот день, когда вы собрались прийти на проверку, одну из рук у вас свело судорогой, и вам теперь нужно поднять те же пол-тора килограмма, но тренировались-то вы поднимать двумя руками. Вот вы и провалили тест. Но если бы вы тренировались поднимать 15 кило-грамм, а пришлось бы поднять полтора, вы бы всегда были готовы к успеху независимо от дополнительных «переменных величин».

С какими бы барьерами или сложностями вам ни предстояло стол-кнуться в реальном мире, ваша подготовка должна превышать ту, которая, как вам кажется, нужна, чтобы добиться результатов. Ведь вы же не от-правитесь в дорогу расстоянием в 450 км с полбаком бензина, не так ли?

Неправильная оценка усилий — это один из значительных просчётов при достижении целей. Правильно ли вы рассчитали время, усилия, необ-ходимую степень настойчивости, энтузиазма и упорства для того, чтобы

провести потенциального клиента от «нет» до «да»? Достаточно ли вы тренировались, чтобы быть готовым к самым сложным ситуациям, с которыми только можно столкнуться? Верная оценка усилий позволит вам правильно определить ситуацию и правильно к ней подготовиться! Готовьтесь к самому сложному и надейтесь на самое простое.

## № 6 — Рассудительность

Это состояние присуще людям, и по всей видимости оно навязано обществу и укоренилось в нём из-за организаций, которые распространяют психологически-психиатрическую болтовню и говорят, что полезно и правильно «успокоиться и устроиться», «просто быть счастливым и наслаждаться жизнью», «жить осторожно и не волноваться», «быть довольным тем, что есть», «откладывать на потом». Поймите, что как только начинается серьёзный экономический хаос, эта сфабрикованная бессмыслица приводит к бедствиям и краху миллионов людей. Люди перестали понимать, насколько важно заканчивать дела и добиваться результатов. Их убеждают в том, что надо наслаждаться жизнью — вместо того, чтобы создавать ту жизнь, которой они будут наслаждаться. У людей в современном обществе нет привычки завершать дела и закрывать сделки с чувством срочной необходимости. Средний класс обманули, и он верит в то, что как только люди достигают определённого уровня дохода, они имеют право на определённый стиль жизни, и что важнее просто жить, чем создавать свою собственную жизнь. Большинство людей подходит к делу с чувством срочности и необходимости лишь тогда, когда что-то угрожает их выживанию, и чаще всего — это уже слишком поздно.

Когда вы закрываете продажу — это лишь последний шаг из серии нескольких действий, связанных с продажей, и это похоже на то, когда вы складываете траву в мешок и вытаскиваете её на улицу, чтобы её забрал мусоровоз — это последний шаг в цепочке действий по подстрижке газона. Пока дело не завершено, оно не сделано! В своей жизни я слежу за тем, чтобы завершать начатые действия и завершать их как можно быстрее. Чем больше я завершаю, тем больше я способен завершать. Чем меньше я завершаю, тем меньше, по всей видимости, я способен завершать (что в конце концов снижает моё желание начинать что-то новое). Продавцы с незавершёнными сделками наказаны даже больше, чем они осознают! Понаблюдайте за человеком, который становится всё менее и менее целеустремлённым, по мере того, как всё больше и больше сделок не закрываются. Вы увидите, как быстро он впадает в уныние, отчаивается, становится бездейственным и бесчувственным, критичным и отрицательным.

Выработайте привычку подходить ко всему с чувством законченности и срочной необходимости завершить и закрыть. Не будьте «рассудитель-

ны» по отношению ко времени. Такой порядок и дисциплина необходимы для того, чтобы создавать всё более высокую гору продаж, и это прекрасно понимают серьёзные ребята. Как распорядиться временем? Завершайте каждое начатое действие, делайте это как можно быстрее, и затем переходите к следующей задаче. То же самое касается закрытия сделок! Не откладывайте на завтра то, что можно сделать сегодня.

У моей сестры была подруга, которая хотела купить мою первую книгу, и сестра спросила меня, можем ли мы послать ей книгу и подождать с оплатой. Я ответил, что мы, конечно, можем это сделать, либо я могу ей позволить, получить деньги, выслать книгу, и дело будет сделано. «Грант, — сказала мне сестра, — не может быть, чтобы тебе так нужны были 30 \$. Почему такая срочность?» Дело было не в 30 \$ — а скорее в том, чтобы создать привычку срочно заканчивать задание и переходить к следующему. Не будьте рассудительны, когда речь идёт о срочной необходимости закрыть. Выработайте в себе самодисциплину завершать всё начатое, и эту же дисциплину вы привнесёте в то, чтобы закрывать больше сделок прямо сегодня!

Срочная необходимость закрыть сделку, любую сделку, независимо от суммы, — это принцип, по которому я живу. Одна закрытая сделка превращается во вторую закрытую сделку. Действуйте со срочностью, а «рассудительно» — никогда!

## № 7 — Нет финансового плана

Продавцы работают без обоснованного и эффективного финансового плана, и поэтому у них не хватает целеустремлённости, и они недооценивают важность каждой закрытой сделки для финансового плана.

**ФАКТ:** *Если вы работаете только для того, чтобы осуществились чужие мечты, вы никогда не станете мастером закрытия!*

С другой стороны, если вы хотите, чтобы ваша жена могла купить всё, что она хочет, вы сможете стать мастером закрытия. Если вы хотите сделать так, чтобы у вас и у вашей семьи было всё, чего они когда-либо желали, и чтобы вы могли справиться с любой возможной ситуацией, вы сможете стать мастером закрытий. Создайте для себя финансовый план, в котором предусмотрена не просто оплата счетов, — план, который создаст вам в будущем финансовую свободу, и вы сможете стать мастером закрытий.

Люди недооценивают то, сколько денег на самом деле нужно, чтобы действительно обеспечить себе финансовую свободу. Когда доходит до финансового планирования, люди — может, даже на подсознательном уровне — ведут себя рассудительно и не готовы даже посмотреть в глаза идее финансового планирования. Для многих закрытие сложно потому,



что у них нет верного стимула выполнять непростые задачи и преодолевать неловкие и некомфортные ситуации с целью завершить дело. Только оплата по счетам никогда не сделает вас мастером закрытий, поскольку цель оплачивать счета на самом деле не имеет достаточного смысла ни для вас, ни для кого-либо другого. Ни у кого не вызывает радость то, что он платит телефонной компании.

Некоторые из самых лучших знакомых мне мастеров закрытия делали это не ради дохода; они делали это ради цели. Те, кто собирает средства, например, могут быть исключительными мастерами закрытия, если их цели и действия настроены на цели той благотворительной организации, которой нужны средства, чтобы выполнить свою миссию. Бывает, что такие люди становятся исключительными мастерами закрытия и умеют собирать деньги, поскольку они очень сильно привержены и посвящены цели и решительно работают ради финансовых нужд данной благотворительной организации. Вы должны составить себе верный финансовый план, чтобы был правильный стимул (или потребность) — выполнить задачу. С 25-летнего возраста у меня был финансовый план, который заставлял меня пробиваться более усиленно, чем готовы были пробиваться окружающие. Когда я начинаю любую сделку, я знаю, что эта сделка принесёт пользу «Плану финансовой свободы Гранта Кардона». У меня не было денег финансировать свой собственный план, поэтому я полагался на то, чтобы закрывать сделки и чтобы люди помогали мне выполнять этот план. Слишком многие люди ходят каждый день на работу и делают это сорок лет подряд и вдруг понимают, что денег у них — мало, а лет им — много.

Из этого следует, что большинство людей неверно оценивают свои финансовые нужды, либо вообще никогда не создавали финансового плана. Создайте финансовый план сегодня, и проследите, чтобы он предусматривал не только оплату счетов; пускай он ещё и создаёт финансовую свободу для вас и вашей семьи. Вы начнёте закрывать больше сделок и перестанете недооценивать количество усилий, энергии и вдохновлённости, которые нужны для закрытия сделки. Всё сводится к тому, что если вы недооцениваете усилия, нужные для создания подлинной финансовой свободы, то естественно, что вы будете недооценивать усилия, которые нужны для закрытия сделки.

## № 8 — Улаживание возражений, которые на самом деле — простое недовольство

К сожалению, на протяжении многих лет продавцов учили улаживать возражения, которые на самом деле и не возражения вовсе, а просто недовольство или жалобы. Из всех книг по продажам, которые я читал, я нигде

не видел, чтобы делалось это различие. За многие годы исследований я понял, что большинство так называемых возражений клиентов на самом деле не являются возражениями, это просто жалобы и недовольство, потому что люди просто по привычке сетуют на протяжении всей своей жизни.

**ПРАВИЛО:** *Обращайтесь со всеми возражениями как с недовольством до тех пор, пока не убедитесь в обратном.*

В большинстве случаев закрыватель пытается уладить недовольство, которое не требовало ничего, кроме — «да, я понимаю». Когда вы обращаетесь с недовольством как с возражением, вы тем самым признаёте его и превращаете его во что-то, чем оно не является. Чем больше вы его признаёте и разбираетесь с ним, тем более реальным, более серьёзным и значительным оно становится для всех. Первое что я делаю, когда слышу нечто, что кажется возражением, — это обращаюсь с этим как с недовольством до тех пор, пока не буду убеждён, что это действительно возражение. Первое правило продаж (мы обсуждали его в книге «Продай или продадут тебе») хорошо поможет вам в том, чтобы определить, обосновано ли возражение! Если это законное возражение, вы поймёте это достаточно быстро, потому что когда вы отнесётесь к нему как к недовольству, ваш потенциальный клиент вам даст понять, что это нечто большее. Но поверьте мне: большинство из того, что вы слышите при закрытии, — это не возражения, а лишь недовольство или комментарии, и они ничем не отличаются от комментариев о погоде.

## № 9 — Недостаток знаний о закрытии

Отсутствие или недостаток знаний о закрытии предотвратит закрытие. Из-за отсутствия успешных техник и данных по закрытию продавцы не в состоянии проявлять настойчивость при закрытии. Я лично встречался с сотнями тысяч продавцов, и мало у кого из них была хотя бы горсточка отпрактикованных, отрепетированных и подготовленных техник закрытия. Но есть тысячи продавцов, у которых имеются до ста отрепетированных, выученных «убийственных» закрытий, которыми они могут пользоваться и на которые могут положиться в реальных жизненных ситуациях продажи — после того, как они прошли мои семинары и программы по закрытию продаж. Все эти люди видели, как возрастает их уверенность в себе, их любовь к своей работе и их доход! Мастера закрытия встречаются редко, и никто не рождается мастером — всё это развивается обучением и практикой. У настоящих мастеров — целый арсенал знаний по закрытию, который они выучили наизусть, отрепетировали, который стал для них естественным и которым они пользуются, так

чтобы это подходило их характеру. Они понимают полностью и безоговорочно, как и когда использовать свои инструменты закрытия и орудуют ими с лёгкостью — даже в пылу битвы! Просто для ясности: ни одну из техник закрытия, описанных в этой книге, не нужно применять с намерением манипулировать или обмануть. Они предназначены для того, чтобы правильно обойтись с вашим клиентом и уладить всё так, чтобы можно было оказать ему услугу, а именно — помочь принять логичное решение, которое закончится «выигрышным обменом».

## № 10 — Неверный барьер

Продавцы ошибочно считают, что их клиенты являются барьером или причиной того, почему закрытие сводится на нет, вместо того, чтобы понять, что они сами (продавцы, закрыватели) являются единственным основным барьером в каждом закрытии. Для большинства это тяжело принять. Однажды мне сказали: «Куда бы ты ни пошёл, всё равно ты там будешь». Меня просто осенило и ошарашило; я немедленно с этим согласился и понял, что то, что со мной происходит, происходит из-за меня и моих убеждений. Меня это даже приподняло, повысило уровень моей ответственности и поставило меня в ту точку, где я взял на себя ответственность за собственную жизнь. По крайней мере я могу что-то сделать и изменить в ситуации, если я сам её создаю! Здесь уместно вспомнить моё любимое высказывание: «С тобой ничего не происходит, а происходит из-за тебя».

Я вас уверяю, что, что бы с вами ни происходило при закрытии, это происходит из-за вас, ваших действий в жизни и ваших убеждений. Какие бы ни повторялись возражения и ситуации, — они происходят из-за вас, из-за какого-то соглашения или убеждения, которое у вас есть в этой области, или из-за какого-то плода вашего разума, который вы создали и который продолжаете признавать. Вы привлекаете к себе то, на что обращаете внимание. Думайте достаточно долго об автомобильной аварии, и она у вас произойдёт. Думайте достаточно долго о гриппе, и вы его получите. Если вы думаете, что цены слишком высоки, или что вам нужно подумать, или надо поискать по разным магазинам, или что вы никогда не принимаете поспешных решений и т. п. — то эти идеи станут для вас «барьерами», когда вы попытаетесь закрыть других.

Я знаю, что это может звучать крайне необычно, но просто посмотрите на свою жизнь: взгляните на те возражения, которые повторяются у вас при закрытии, и я вас уверяю, что где-то по жизни вы кое в чём согласны с этими возражениями. Это происходит из-за вас. Рассмотрите, как и почему это случается, и если у вас достаточно доверия ко мне, чтобы рассмотреть это, то вы увидите, как и почему это так. На протя-

жении следующей недели записывайте каждое возражение, которое вам говорят потенциальные клиенты, и спрашивайте себя, сколько из них вы сами используете в жизни. Если вы сделаете это упражнение честно, то вы изумитесь тому, как вас останавливают те отрицательные идеи, с которыми вы сами согласны.

Чтобы объяснить вам, что я имею в виду, хочу рассказать историю об одном из своих коллег, которому я очень доверяю и который однажды подошёл ко мне и сказал: «Я не могу довести ни одного из моих потенциальных клиентов до закрытия. Это очень странно. У них есть деньги, они могут и хотят это сделать, могут это себе позволить и знают, что сделают это рано или поздно, но я не могу довести их до закрытия. Не могу в этом разобраться. Как ты думаешь, в чём дело?»

Я ответил: «Ну, это просто! Ты то же самое делаешь в своей жизни. Ты не хочешь тратить деньги на то, что тебе надо, поэтому, когда такое происходит с тобой при закрытии потенциальных клиентов, ты не можешь закрыть их, так как согласен с тем, что они говорят! Тебе надо отпустить поводья и отвечать «да» в своей собственной жизни. Твои клиенты как-им-то образом отражают именно это твоё убеждение (барьер) и не отдают деньги — точно так же, как ты».

Не знаю, почему и как точно работает это явление, но это происходит с каждым. Прекратите просить клиентов сделать то, чего вы не готовы делать сами. Это не продажа — это лицемерие. Начните делать то, о чём вы просите других, и как по волшебству они начнут выполнять вашу просьбу, потому что вы сами делаете то же самое! Это согласует действия, которые вы предпринимаете в своей жизни, с тем, что вы пытаетесь предложить сделать другим. Люди как-то чувствуют, когда вы хотите от них одного, а сами в своей жизни делаете совершенно другое! Согласуйте одно с другим, примите на себя ответственность за то, что вы сами создаёте, и начните закрывать больше продаж!

Помните: это происходит из-за вас, а не с вами. Да, кстати, мой коллега послушался моего совета, пошёл и купил те вещи, которые хотел, но от которых отказывался. На следующей неделе он закрыл больше сделок, чем за предыдущие два месяца.

У нас у всех есть очень мощная способность создавать, привлекать то, на что мы обращаем своё внимание. Поэтому я годами предлагал продавцам вести блокнот возражений (полный список) — записывать всё, что происходит при беседе покупателем. Если это делать, то вы сможете лучше осознавать, что происходит, как с этим разобраться, и — что ещё более важно — как вы сами это, возможно, и создаёте. Помните: барьер — это вы, а не ваш потенциальный покупатель!

Уделите время тому, чтобы отметить, какие из десяти барьеров могут мешать вам закрывать. Держите список у себя на столе и обращайтесь

к нему после того, как сделка не состоялась, чтобы увидеть, в чём вы, возможно, провинились. Вы сами удивитесь!

Барьеры к закрытию сделок:

1. Не было попытки закрыть.
2. Давление воспринимается, как нечто плохое.
3. Нежелание иметь дело с эмоциональностью.
4. Отсутствие веры в свою продукцию.
5. Неверная оценка усилий.
6. Рассудительность.
7. Нет финансового плана.
8. Улаживание возражений, которые на самом деле — простое недовольство.
9. Недостаток знаний о закрытии.
10. Неверный барьер.

# Правила игры

Правила есть в любой игре; в игре закрытия продаж нужно особенно следовать определённым правилам ради успеха. Ниже описаны 20 основных правил и мои комментарии к каждому из них. Для меня эти правила — непререкаемая политика, которую я не нарушаю ни за что и никогда, и время от времени я сам их просматриваю.

## 1. Никогда не закрывайте стоя

Даже самые опытные продавцы часто пренебрегают этим правилом или не знают его. Вам почти никогда не удастся закрыть продажу стоя. Есть такое выражение: «Во время презентаций не сиди на месте, а переговоры, друг мой, — только в кресле!» Нужно не только самому сидеть, когда вы хотите добиться согласия и закрытия, но и убедиться, что клиент тоже сидит. Даже если клиент встанет — продолжайте сидеть, потому что тем самым вы показываете, что ещё не закончили, что вы не реагируете и что уверены, что достигнете согласия. Когда вы встаёте, то даёте понять, что что-то изменилось, и даёте клиенту добро уйти и прекратить переговоры.

## 2. Всегда записывайте своё предложение

Люди верят тому, что видят, а не тому, что слышат. Письменная информация рассматривается как более достоверная и ценная, нежели просто что-то сказанное. Есть пословица, что «разговоры — болтовня да пустословье», и здесь она как раз применима. Пусть у вас всегда при себе будут контракт и блокнот, чтобы доносить те важные идеи, которые вы хотите донести, или записывать пункты предложения. Всё, что вы предлагаете, или все ценные особенности, которые уже есть в вашем предложении или которых ожидает клиент, стоит записывать, чтобы они были ясны всем. Например, если в предложении товара или услуги есть гарантия, пусть даже это норма при такого типа предложениях, — всё равно запишите это как преимущество для клиента, когда он у вас покупает. Это упускают почти

все, кто ведёт переговоры, скажем 99%, потому что они считают, что раз это включено в предложение, то не стоит об этом рассказывать или пользоваться этим преимуществом при закрытии. На всё ценное нужно обращать внимание, записывать и использовать, чтобы выстроить логические аргументы и показать, как много есть причин, чтобы вести дела именно с вами и с вами же завершить сделку.

### 3. Ваше предложение должно быть ясным и чётким

Важно отрепетировать ваше предложение и объяснять его чётко. Не бубните себе под нос и не прикрывайте рот. Говорите ясно и уверенно, чтобы ваш рассказ показывал, что вы положительно настроены, гордитесь товаром и что вам можно верить. Человеку, который не умеет ясно и уверенно общаться, не будет доверять никто. Отрепетируйте то, как вы доносите свои идеи и сообщение — не стоит просто предполагать, что всё ясно и понятно. На протяжении многих лет я пользовался видео- и звукозаписью, а потом смотрел и слушал, чтобы убедиться, что мои сообщения воспринимаются именно так, как я того хочу.

### 4. Всегда смотрите людям в глаза

Очень важно научиться смотреть в глаза клиенту на протяжении встречи, не отводить взгляд, не смотреть куда-то мимо или через плечо клиенту, а смотреть ему прямо в глаза. Такую привычку и дисциплинированность можно привить себе только практикой, и можно отшлифовать этот навык, если записывать себя на видео. Сегодня большинство людей на Земле не смотрят другим в глаза. Если вам нужно доказательство, можно зайти в кофейню и просто поздороваться с кем-то или задать вопрос прохожему на улице, и вы увидите, что человек отвернётся. Если вы хотите, чтобы вам верили, то необходимо смотреть клиенту в глаза. Это показывает, что он вам не безразличен и что вы уверены в себе, своих товарах, услугах и своём предложении.

### 5. У вас всегда должна быть наготове ручка

Как прекрасен принцип «Не прекращайте закрывать» — для всех, кроме «закрывателя», который вдруг обнаруживает, что у него нет ручки или контракта. Помнится, я как-то закрывал сделку с одним потенциальным клиентом — он только что дал своё согласие, я полез в пиджак за ручкой, но её там не было. Для клиента это был знак, что ему не стоит подписывать контракт и покупать — и он не подписал! Я был в отчаянии, и теперь я не уйду из дома без ручки — без моей «шпаги в руке».

Для любого соглашения нужна подпись, а для подписи нужны «чернила». Всегда держите при себе ручку, а на самом деле — пусть у вас всегда будет и запасная ручка. А также, может быть вам стоит обзавестись престижной ручкой, которая говорит о том, что вы — профессионал. Не бойтесь вкладывать во что-то качественное, и у вас будут качественные вещи!

## 6. Умейте снять напряжённость шуткой

Это — просто великое искусство, и оно — всегда в палитре у настоящих мастеров! Иногда жизнь можно понять на примере историй, да и кто не любит хорошей истории? Если в ней есть юмор, то люди расслабляются — только смотрите, чтобы ваш юмор не был неприемлемым или вульгарным. Шутка или анекдот должны рассказывать о чём-то и ослаблять напряжение при закрытии. Шутите так, чтобы у покупателя было хорошее и позитивное настроение, чтобы напомнить ему, что жизнь должна быть в радость, а не в тягость. Любая шутка уместна, если у него поднимется настроение, если он вдохновится или будет надеяться! Чем в более серьёзном настроении человек находится, тем менее вероятно, что он примет решение; и наоборот.

В Америке люди больше платят за развлечения, чем за образование. Почему? Да потому что у них от этого поднимается настроение. Так что пускай ваши шутки поднимают людям настроение, и пускай закрытие продажи будет скорее игрой, чем неким судьбоносным решением. Обращайте внимание клиента на то, что товар поможет ему радоваться, что он будет замечательно выглядеть, и на то, что он делает правильный выбор, а не на то, что вы занимаетесь тут чем-то серьёзным. Вы закроете больше сделок, если вам удастся раскрепостить и развеселить клиента и избавиться от серьёзности. На протяжении всей моей карьеры в продажах я пользовался шутками и юмором, чтобы снять напряжение, а комбинация верных техник продажи и юмора — просто беспроектный рецепт.

## 7. Всегда попросите ещё раз!

Именно это и отделяет закрывателей от простых продавцов, и тех, кто зарабатывает много, от посредственных и среднестатистических работников. Попросите клиента купить и продолжайте просить; не теряйте настойчивости; услышав «нет» — придумайте новый подход, «перегруппируйтесь» и найдите новую тактику переговоров, и снова попросите купить — делайте всё это, и, в конце концов, вы будете мастером закрытия. Чтобы достичь этого, у вас должен быть богатый арсенал техник закрытия и безупречное



понимание всех этих техник, и тогда вы сможете продолжать проявлять настойчивость. Есть лишь один способ ослабить сопротивление, и это — настойчивость; а для неё необходимо усвоить информацию в этой книге так, чтобы вы умели жонглировать техниками закрытия, пока покупатель, наконец, не доберётся до «да»!

Настойчивость связана ещё и с обществом и воспитанием, потому что, когда вы были маленьким, вам говорили, что настаивать — это невежливо и надоедливо. Вот некоторые частые отрицательные ответы и реакции на настойчивость: «Ты что, не умеешь слушать?», «Хватит просить!» и «Какой ты упрямый!». Только дело в том, что «быть упрямым» — это хорошо. Если кто-то просит о чём-то раз, два, три, то это означает, что он знает, как добиться в жизни своего. Продолжать настаивать — не грубо и не невежливо, наоборот — это признак успеха и преуспевания. Если после того, как мне отказали, я прошу снова, чтобы человек согласился, — это не значит, что я его не слушал, а только означает, что я более убеждён в своей точке зрения, чем в чужой. Винс Ломбарди\* говорил, что победители никогда не сдаются, а тот, кто сдаётся — никогда не побеждает. Кто же ответит «да» тому, кто сдаётся, да и как это вообще возможно, если человек сдался? Чтобы продолжать настаивать и спросить по-другому, вы должны сами «продать» себе идею целиком, быть полностью уверенным в себе и в товаре, и совершенно чётко понимать, чего вы хотите, и как это важно для вашего выживания. К каждой возможности закрыть стоит относиться так, будто бы от неё зависела ваша жизнь, потому что так оно и есть!

Сегодня в обществе поощряется, чтобы люди сдавались, а настойчивость, как раз, не приветствуется. Тех, кто сдаётся — бери не хочу, а настойчивости не хватает. Как вы думаете — что ценнее? Если можно научить и натренировать людей сдаваться, то можно научиться и не сдаваться. Тренируйтесь не сдаваться! Разыгрывайте ситуации и применяйте техники закрытия; пусть человек говорит, мол, «всё уже, закончили», пускай вы уже испробовали десять разных способов — что ж, попробуйте ещё раз. Посмотрите, до какой степени вам удастся «накачать» эту мышцу настойчивости, — и она накачается и станет сильнее. Тренируйтесь до тех пор, пока вы больше не будете казаться надоедливым, грубым или невежливым, и пока не станете, наоборот, настойчивым и уверенным профессионалом, который гладко и изящно ведёт переговоры.

---

\* Винс Ломбарди — американский спортсмен, тренер и администратор. Винс играл в американский футбол, а затем был тренером команды «Green Bay Packers» — команды штата Висконсин в США. Под его руководством команда выиграла 3 кубка подряд, всего — 5 кубков, и до сих пор — одна из сильнейших команд, а Винс считается одним из лучших тренеров в истории игры. (Прим. переводчика.)

## 8. Должен быть целый арсенал техник, чтобы не повторяться

Большинство продавцов сдаются потому, что у них не хватает разнообразия в техниках закрытия, и именно с этим вам и помогут справиться остальные главы этой книги. Чтобы уладить всевозможные возражения и уметь справляться с разными категориями клиентов, вам нужен большой ассортимент техник. Не забывайте — правильная оценка усилий! Говорят, что большинство потенциальных клиентов соглашаются после пяти попыток, но обычному продавцу известно лишь четыре техники закрытия. Только зачем мне четыре или пять? Я хочу, чтобы у меня их были сотни — на всякий случай.

В дополнение: вам нужно не просто знать эти техники или быть с ними как-то ознакомленным, вам нужно глубоко их понимать. Есть прекрасный способ проникнуть в суть чего-то, и этот способ — слушать. Кроме того, что эта книга станет для вас ежедневным пособием и будет у вас всегда при себе, ещё можно заказать аудиопрограмму или программу в сети, и от них вы тоже получите пользу: [www.CardoneUniversity.ru](http://www.CardoneUniversity.ru), или, если вы торгуете автомобилями, — [www.CardoneOnDemand.com](http://www.CardoneOnDemand.com). Эти программы помогли тысячам людей — тем, кто ведёт переговоры, «закрывателям», мечтателям. Слушайте их до тех пор, пока не сможете воспроизвести каждое моё слово, и пока вам окончательно не надоест меня слушать. Я знаю продавцов, которые в 10 раз приумножили свой доход благодаря этим программам. Станьте МАСТЕРОМ благодаря повторению. Знайте их назубок, чтобы вы могли пользоваться ими в любом порядке и с полной уверенностью.

## 9. Всегда будьте с покупателем и старайтесь не оставлять его одного

Очень важно продолжать повышать доверие клиента к вам и его веру в вас и воспользоваться как можно лучше и тем, и другим. Каждый раз, когда вы оставляете человека одного, чтобы что-то уточнить, или оставляете его с другим человеком, это создаёт у покупателя неуверенность и сомнения. Особенно этим славятся продавцы в автосалонах — они оставляют клиента и идут к начальнику, чтобы что-то спросить. Именно это больше всего раздражает клиентов при поиске машин и создаёт никому не нужное недовольство во время переговоров, снижает видимую ценность товара, снижает качество обслуживания и продлевает время, нужное для того, чтобы закрыть.

**ПРИМЕЧАНИЕ:** Это не означает, что иногда не нужно оставить покупателя одного и попросить кого-то авторитетного помочь за-

крыть продажу, поскольку это очень мощный приём — если им не злоупотреблять.

## 10. Всегда обращайтесь с потенциальным клиентом как с покупателем

Одна из самых серьёзных ошибок при переговорах — особенно среди опытных продавцов — это неверное определение того, кто покупатель, а кто — нет. Каждый, кто читает эту книгу, сможет найти многочисленные примеры, когда он допустил подобную ошибку и не завершил сделку.

Я сотни раз участвовал в сделках, когда мне говорили, что этот человек ни за что не купит, но он покупал, потому что я относился к нему как к покупателю! Неважно, какие обстоятельства у человека: нет денег, это превосходит бюджет, надо платить налоги, он не тот, кто принимает решение, он не способен принять решение — что бы вы ни слышали, что бы вам ни говорили, всегда считайте клиента покупателем. У меня есть одна хитрость, которую я применяю сам к себе при закрытии продажи: я наблюдаю за клиентом и ищу знаки того, что он что-то в прошлом купил: на нем (или ней) — часы, сорочка, костюм, кулон, ожерелье; у него (у неё) — своя машина, свой дом, кредитная карта и т. д. Я ищу все доказательства, которые говорят о том, что покупатель способен купить и «закрыться» и уже покупал и «закрывался». Что бы он ни говорил, я всегда говорю сам себе: «Каждый покупатель — это покупатель». Относитесь к нему как к покупателю, и он станет таковым.

## 11. Знайте, что всегда можно достичь соглашения

Это определённый умственный настрой, над которым всем нам ещё можно поработать, и такую точку зрения нужно охранять более ревностно, чем всё золото, что хранится в Форте Нокс\*. Я считал и продолжаю считать, что согласие и договор возможны, что бы мне ни говорил покупатель и все остальные. Есть поговорка: «Есть желание — тысяча способов; нет желания — тысяча поводов!» Такой настрой — уверенность в том, что можно достичь согласия — требует от вас, чтобы вы избавились от

---

\* Форт Нокс — военная база в США в штате Кентукки. На территории базы расположено второе по величине в США хранилище золотых слитков, конкретно — 4,176 тонн. Это примерно 3 % всего золота, которое было добыто и обработано за историю человечества. По подсчётам 2012 г. стоимость золота в Форте Нокс составляла 238,290 миллиардов долларов США (Прим. переводчика.)

всего отрицательного, что поступает к вам из окружения, как будто эта отрицательность — пагубная болезнь, потому что, поверьте мне, — так оно и есть.

Люди тратят миллиарды долларов, чтобы защитить своё тело от болезней, но ни копейки не тратят на то, чтобы предохранить свой разум от нескончаемого потока вирусов: «это нам не под силу», «это невозможно», «нет такого способа» и т. д. Газеты, телевидение и радио являются сегодня микробами, вирусами и раковыми опухолями, потому что они распространяют ложную информацию и заражают умы людей, а это рушит браки, карьеры, финансы и мечты. «Правила успеха» (программа, доступная и на DVD, и в сети в режиме «востребования») — это прекрасный инструмент для достижения того, что вы всегда будете настроены положительно во время закрытия.

12. Всегда держитесь радостно, вне зависимости от ответов покупателя или даже реакции своих руководителей

Вам необходимо оставаться в хорошем настроении вне зависимости от отклика покупателя — какими нелепыми бы вам ни казались его реакции и предложения. Не будьте слишком серьёзным, а, наоборот, не унывайте и ведите себя уверенно и жизнерадостно во время переговоров. Мы с женой каждый день прилагаем усилия, чтобы наша семейная жизнь была весёлой, несерьёзной, радостной и завлекательной, и чтобы всё шло как по маслу — для того чтобы мы с ней преуспевали в браке и в жизни в целом.

То же самое мы стараемся делать и на работе: пускать всё в положительное, «мажорное», даже подобное игре русло, — какими бы ни были результаты. Говорят, что не всегда можно контролировать происходящее, но зато всегда можно контролировать свою реакцию. Когда вы закрываете, вы просто обязаны контролировать своё настроение, каким бы ни был настрой клиента. Когда вы опускаете руки или видите всё в отрицательном свете, потому что это делает клиент, то возможен только один результат, и он вовсе не положительный. Если же клиент ведёт себя отрицательно, а вы не теряете положительный настрой, то тем лучше вы смотрите и тем вы привлекательнее. Всё отрицательное всегда проигрывает положительному — всегда.

И «новобранцы», и ветераны продаж должны тренироваться так себя вести. Хочу заранее предупредить самых опытных и успешных продавцов: вам в особенности нужно практиковаться больше других, потому что после многих лет опыта, закалки или даже «очерствения», вы можете произвести впечатление нетерпимости и заносчивости, когда отвечаете клиенту. Осторожно, «старый морской волк», не почивай на лаврах, потому что ты можешь упустить будущие лавры и продажи. В одной книге говорится — «Смирненные да унаследуют мир», а я говорю: «Те, кто всегда в хорошем настроении, чтобы ни случилось вокруг, унаследуют все сокровища мира!»

### 13. Всегда улыбайтесь — каким бы ни был результат, ответ, возражения или слова

Это правило говорит не только о вашем внутреннем настрое, но и о физических проявлениях. Вам нужно репетировать этот навык, пока вы не сможете искренне улыбаться в любой ситуации. Девочка, которой шесть месяцев, улыбается, и все тают от её улыбки. Прогуляйтесь и наблюдайте за детскими улыбками, и вы увидите, что если вернуть себе эту способность, — состоятельность последует за вами по пятам. Начните сейчас, и на протяжении недели улыбайтесь всем в любой жизненной ситуации — и в ссоре, и в несогласии, и когда вы не добиваетесь своего, и каждый раз, когда вас плохо обслуживают. УЛЫБАЙТЕСЬ ШИРОКОЙ УЛЫБКОЙ И УЛЫБАЙТЕСЬ ВСЕГДА! Тренируйтесь, пока вы не научитесь спорить — и улыбаться, не соглашаться, улыбаясь; вести переговоры, справляться с возражениями и закрывать продажу с улыбкой на лице. Вы никогда не замечали, что очень успешные люди всё время улыбаются? Они улыбаются не потому, что они достигли успеха; они достигли успеха своей улыбкой. Вот вам совет на миллион долларов — УЛЫБАЙТЕСЬ!

### 14. В ваших глазах клиент всегда способен на покупку!

Я всё время говорю и говорю, что если относиться к человеку так, будто у него есть деньги, он так и будет себя вести! Если я — ваш покупатель, и вы обращаетесь со мной так, будто я не куплю, то скажу вам точно — я и не куплю! Всеми своими словами, ответами, действиями, выражением лица, манерой улаживать возражения вы должны давать клиенту понять, что относитесь к нему как к покупателю, который скажет вам «да» и согласится на ваше предложение. Смотрите на них как на «игроков», и они будут с вами играть. В книге «Продай или продадут тебе» я рассказал историю о том, как «закрыл продажу» с моей будущей женой. Тогда я воспользовался именно этим принципом, и всё время вёл себя так, будто бы она уже была моей девушкой, и не прекращал так себя вести, вне зависимости от того, как она ко мне относилась — даже если не очень положительно и восприимчиво (а так оно и было целый год и ещё месяц). Даже сегодня, если она злится на меня, — я отношусь к ней так, будто она меня любит, восхищается мной, и будто в её глазах я не способен поступить неправильно. И, в конце концов, мне удаётся «закрыть продажу» и убедить её в этом. Вы всегда сами создаёте себе того покупателя, каким вы его себе представляете! И так — обращайтесь с человеком как с покупателем во что бы то ни стало!

## 15. Всегда давайте подтверждение клиенту, когда он вносит предложение

Что бы ни предложил покупатель во время переговоров — всегда дайте ему подтверждение того, что вы услышали и поняли его предложение, даже если оно совершенно неприемлемо. Некоторые продавцы, которые мнят себя закрывателями, не хотят «тратить» время на то, чтобы дать клиенту подтверждение на его предложение, потому что эти продавцы так рвутся продать своё собственное предложение, что не выказывают понимания услышанного. Если вы не будете давать подтверждения, то дела пойдут только хуже, потому что клиент станет скованным и необщительным. Не пожалейте времени и скажите: «Спасибо, я ценю и благодарю вас за ваше предложение» — а уже потом рассказывайте ему о своем собственном.

## 16. Всегда соглашайтесь и никогда не спорьте с клиентом

Это одна из тех непоколебимых истин продаж, которая вас полностью сокрушит, если вы её нарушите. Всегда соглашайтесь с клиентом вне зависимости от того, что происходит. Это не то же самое, что старая поговорка «Клиент всегда прав». Я не считаю, что эта поговорка верна — скорее всего её просто перепутали с тем, что надо всегда соглашаться. Дело совершенно не в том, прав клиент или не прав! Чтобы разрешить любой конфликт или несогласие, нужен только один человек, который согласится с точкой зрения второго, а для несогласия нужно два человека. Как только кто-то соглашается со второй точкой зрения, несогласия больше нет! А несогласие лишь приводит к тому, что не закрываются продажи! Проиграйте битву, но выиграйте войну!

## 17. Всегда ищите решение

Мир полон людей, для которых всё «никак невозможно», и так мало людей, для которых всё достижимо и возможно. Те, кто способен действовать, — действуют; те, кто не способен действовать, — не действуют и не делают ничего, кроме того что постоянно говорят другим, что они могут и умеют. Это снова сводится к вашему настрою и состоянию ума, и это важно для того, чтобы можно было двигаться вперёд и не останавливать переговоры. Найдите способ, как можно чего-то добиться, придумайте что-то и ищите решения. Мы с вами не пускаемся в космическое путешествие, а закрываем сделку! Так что придумайте «приземлённое» решение, как можно всё устроить, и попросите клиента поучаствовать в находке

нии решения: «Обязательно должно быть решение, давайте придумаем его вместе». Вот ещё несколько отличных и надёжных в любой ситуации фраз: «Что можно придумать, чтобы получилось? Что бы вы могли сделать, чтобы всё сработало? Помогите мне, пожалуйста, — я делаю, что только могу, чтобы у нас всё получилось». Людям нравятся те, кто никогда не сдаётся и всегда ищет решения.

**ПРИМЕЧАНИЕ:** если вы проходите собеседование на работу, и работодатели, с которыми вы «закрываете продажу», не предлагают вам работы, то это потому, что вы не пользуетесь этими данными.

## 18. Пусть клиент будет вам так важен, что вы ни за что не сдадитесь

Теперь мы выходим уже за рамки продажи и говорим о цели. Человек достигнет небывалых высот, если он в жизни занимается тем, что согласуется с его целью. Поэтому миссионеры, дипломаты и сотрудники благотворительных организаций и работают день и ночь, чтобы изменить всё к лучшему. Этого не хватает в продажах, потому что большинство людей не имеет полного и правильного представления о том, как продажа товара/услуги и закрытие связаны с какой-то более высокой целью. Именно ваша истинная цель в конце концов придаст вам нужную стойкость.

Как-то раз один из моих сотрудников слушал, как я по телефону улаживал ситуацию с клиентом из моей компании в Лос-Анджелесе, и когда я повесил трубку, он сказал: «Между мной и вами разница в том, какой высокий уровень заботы вы проявляете, когда помогаете людям». Дело не в том, насколько вам интересны их деньги или закрытие продажи, а в том, насколько вам безразличен человек и насколько вы хотите ему помочь — ведь в итоге это и приведёт вас к вашей цели. Проявляйте больше заботы, и вы закроете больше продаж!

## 19. Пользуйтесь всеми техниками в арсенале

Ни в коем случае не нужно довольствоваться лишь парочкой техник закрытия и полагаться только на них — нужно разбираться в них всех, достаточно для того, чтобы вы могли ими всеми пользоваться. Я уже говорил об этом ранее, но крайне важно ознакомиться не всего лишь с несколькими техниками и довольствоваться ими, а отрепетировать их все, и быть готовым к их применению. Конечно же, у вас будут какие-то любимые техники и будут те, которые для вас понятнее и логичнее, но тем не менее,

не жалейте времени и ознакомьтесь со всеми, знайте, как пользоваться каждой из них. В один прекрасный день — очень скоро — они все вам понадобятся!

## 20. Не забывайте о том, что вы не предоставили настоящей услуги, пока не закрыли продажу!

Процесс продажи, презентация, показ товара, реклама, маркетинг, путь к доверию клиента — всё это очень похвально и достойно восхищения, но никоим образом не идёт в сравнение с тем, чтобы наконец закрыть сделку. Важно дышать и важно есть, но ваша конечная цель — это жить, и то же самое касается процесса продажи и самого закрытия. Когда вы закрываете продажу, то и вы, и ваша компания могут расти и расширяться, а всё, что было до закрытия, было необходимо, чтобы подойти к закрытию, но само по себе не ведёт к росту и выживанию. Закройте сделку, будьте готовы к тому, чтобы сделать всё, что угодно, чтобы её закрыть, и помните, что, пока вы в действительности не дошли до этой решающей точки обмена и выживания, вы не предоставили ничего по-настоящему ценного.

Эта книга стала возможной в результате многих тысяч часов, которые я вложил в исследования в области продаж. А также она стала возможна благодаря многим мастерам продажи до меня, изучению работы которых я посвятил многие часы. Эти люди очень сильно повлияли на моё образование в продажах, на мою карьеру и на разработку этой книги. Несмотря на то, что большинство техник в этой книге приводятся впервые, многие из них являются вкладом моего многолетнего изучения таких мастеров как Зиг Зиглар, Том Хопкинс, Джеки Купер, Брайан Трэйси и многих других.

Арсенал техник в «Пособии по выживанию для продавца: как закрывать сделки» описан не по степени их важности, так что не стоит предполагать, что первая техника ценнее следующих. Все они ценны, если их применять в подходящее время и в гармонии с остальными. Мне доводилось быть на переговорах, когда казалось, что я потерпел поражение при первых пяти попытках, а потом оказывалось, что они лишь подготовили клиента к согласию в шестой раз. Я ни в коем случае не стану утверждать, что дело будет сделано при помощи всего лишь одной техники закрытия, но также не стану утверждать и то, что невозможно закрыть с первого раза. Основываясь на моём опыте, удача при первой попытке закрытия — это исключение из правила.

Вы увидите, что многие техники включают в себя список других техник, которыми можно пользоваться совместно с ними или с которыми они в чём-то схожи. Не забывайте, что ни одна из техник не ценнее остальных,



и что ими стоит пользоваться согласованно, чтобы добиваться своей цели. Наибольшей эффективности вы добьётесь, когда ознакомитесь со всеми техниками, а когда они войдут у вас в привычку и вы сможете пользоваться ими, не думая, — вас уже ничто не остановит. Помните: не нужно довольствоваться лишь несколькими техниками, потому что тогда нет смысла в том, что у вас их целый арсенал. Выучите их все, научитесь вписывать их в историю — одну за другой, и вас посвятят в орден Мастеров Продаж!

Чем больше продавец понимает закрытие и разбирается в нём, тем больше он будет готов встречаться и общаться с людьми, чтобы продавать им; тем охотнее он будет искать потенциальных клиентов; тем профессиональнее и внушительнее будет смотреться в глазах клиента, и тем большую он получит награду. Именно при закрытии большинство людей терпят неудачи, именно от него приходят в уныние, но вам не обязательно терпеть неудачи и приходиться в уныние. Умение закрыть продажу необходимо для выживания продавца, и без широкого диапазона и большого разнообразия техник вам не удастся достичь своих финансовых целей.

# ТЕХНИКИ ЗАКРЫТИЯ

*Не просто читайте:  
Упражняйтесь, Практикуйтесь,  
Репетируйте, Используйте,  
Развлекайтесь, а самое главное –  
Применяйте их и Процветайте!*

*– Грант*

## Техника закрытия «ДОСТАВКА»

«Когда бы Вы хотели, чтобы вам доставили или установили Ваш новый / Вашу новую / Ваши новые \_\_\_\_\_? Прямо сейчас или завтра утром около 11?»

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Закрытие «Доставка» предполагает, что человек уже владеет вещью, и даёт ему несколько разных вариантов — все положительные. Это одно из самых мощных и часто упускаемых закрытий. Никогда не спрашивайте «Что вы об этом думаете?» и не задавайте вопросы, на которые можно ответить пространно. Всегда приписывайте владение вещью клиенту, используя слова «Ваш/Ваша/Ваши».

См.: все техники, в которых подразумевается продажа<sup>\*</sup>, а также «Проверка» и «Шкала от 1 до 10».

---

\* Подразумевается продажа — это не одна конкретная техника, а разновидность техник. Она не указана в конце, потому что это не одна предметная категория, а может встречаться, где угодно. Это означает, что факт продажи подразумевается, предполагается или принимается за данность. Например: «Когда Вы купите...», «Как только Вы оплатите товар...» и т. д. То же, что «продажа принимается за данность».



## Техника закрытия «ПРОВЕРКА»

«Вы хотели бы что-то изменить или добавить к Вашему новому / Вашей новой / Вашим новым \_\_\_\_\_, перед тем как мы подберём окончательную сумму?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Закрытие «Проверка» предполагает, что человек уже владеет вещью, не даёт возможности отказаться и создаёт возможность закрыть, основываясь на тех изменениях и дополнениях, которые могут интересовать Вашего покупателя.

См.: закрытие «Доставка» и все техники, в которых подразумевается продажа.

## **Активное обучение:**

Опишите точно, как лично вы примените это закрытие, чтобы представить свой товар, услугу, деловое предложение или идею:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Напишите, с какими возражениями вы можете столкнуться, когда примените данную технику закрытия, и какую ещё технику вы можете в этом случае использовать:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Техника закрытия «ШКАЛА ОТ 1 ДО 10»

«По шкале от 1 до 10, скажите, как бы Вы оценили Ваш новый /  
Вашу новую / Ваши новые \_\_\_\_\_?»

*(Ждёте ответа.)*

«А что нужно, чтобы Вы оценили это на 10?»

*(Ждёте ответа.)*

«Отлично! Сейчас я всё улажу. Подпишите вот здесь и здесь».

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Это «убийственное» закрытие, которое даёт Вам понять, насколько покупатель убеждён и готов купить, и что нужно сделать, чтобы довести это до совершенства.

То, что покупатель говорит «семь», не означает, что он не купит товар в том виде, в котором он есть. Может, он доволен «семью». Этим можно также пользоваться для того, чтобы выяснить, как он оценивает те товары, которыми он сегодня пользуется. Это можно очень хорошо использовать при продаже услуг и товаров для личного пользования и особенно — когда агент по недвижимости хочет найти клиента, который хочет продать дом.





## Техника закрытия «ПЛАТЕЖИ»

«Мы не ожидаем, что Вы купите, если Вы не согласны с такими платежами. Я уверен, что наш кредитор сможет предложить Вам другие варианты, чтобы Ваши ежемесячные платежи были Вам больше по душе и более доступны».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Сегодня большинство товаров покупаются в кредит, и нужно закрывать, учитывая суммы платежей. Во многих отраслях, включая страховки, инвестиции, мебель, розничные товары и недвижимость, об этом забывают. Зачем закрывать на общую сумму, когда вы знаете, что покупатель будет выплачивать это по кредитной карточке или возьмёт заём? Это отличное закрытие, когда покупателя беспокоит сумма платежей, и он беспокоится о том, сможет ли платить ежемесячно и избегает ежемесячных платежей при сделке.

См.: все техники закрытия категории «Платежи», все техники, связанные с процентами, все техники категории «Бюджет»

## Активное обучение:

Опишите точно, как лично вы примените это закрытие, чтобы представить свой товар, услугу, деловое предложение или идею:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Напишите, с какими возражениями вы можете столкнуться, когда примените данную технику закрытия, и какую ещё технику вы можете в этом случае использовать:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Техника закрытия «ОТ ПЛАТЕЖЕЙ К ОБЩЕЙ СУММЕ»

(«А какая у меня будет сумма платежа?»)

«Пока мы с Вами не согласились о цене, товаре и условиях, Вы можете не беспокоиться о платежах, поскольку Вам не придётся пока платить. Поставьте Ваши инициалы вот здесь, здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это закрытие противоположно предыдущему (закрытие «Платежи»), и в данном случае покупатель хочет перейти к обсуждению платежей, хотя он всё ещё не согласен с ценой. Эта конкретная техника закрытия основана не на платежах, а на общей сумме. Будьте осторожны с покупателем, который пытается перевести стрелки на Вас, заставляет Вас улаживать слишком много чего, и Вам так и не удаётся закрыть!

См.: «Закрытие Шкала от 1 до 10» — как способ выявить настоящее, но скрытое, возражение.



## Техника закрытия «ПРОЦЕНТ»

*(«А какой процент?»)*

«Мы работаем со всеми кредиторами в этом регионе, включая все кредитные союзы. Кто Ваш сегодняшний кредитор?»

*(Ответ.)*

«Мы можем и с ними работать! Есть всего парочка более дешёвых кредиторов в городе. Подпишите вот здесь, и я посмотрю, какие у нас есть варианты. В худшем случае мы обратимся к Вашему сегодняшнему кредитору».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Не называйте проценты, потому что они могут измениться в тот самый момент, как вы их назовёте, и это отрицательно повлияет на доверие покупателя к вам и даст ему основание смотаться. При каждой сделке Вы должны быть уверены, что Вы можете получить финансирование. Разрешить эту ситуацию, чтобы закрыть сделку — это Ваша ответственность! В этом преуспевают продавцы автосалонов, но в большинстве других отраслей продавцы пренебрегают этой ответственностью и думают, что их работа заканчивается продажей, а деньги должен добывать кто-то ещё.



## **Техника закрытия «ОБОРУДОВАНИЕ»**

«Предположим, что мы сможем найти все те товары, о которых Вы говорили, и доставим их Вам в соответствии с Вашими пожеланиями. Одобрите соглашение вот здесь, здесь и здесь — там, где я отметил изменения».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Снимите внимание с просьбы клиента или изменений и переведите его обратно на закрытие. Попросите клиента согласиться с суммой, исходя из того, что Вы сможете уладить всё остальное. Это не означает, что Вы должны включать изменения или предоставлять их бесплатно.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа и технику «Шкала от 1 до 10».





## **Техника закрытия «ПАСПОРТ НА ВЛАДЕНИЕ / РЕГИСТРАЦИЯ ТОВАРА»**

«На чьё имя регистрируем Ваш новый / Вашу новую / Ваши новые \_\_\_\_\_? На Ваше имя, на имя жены, или на вас обоих?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Наверное самое мощное закрытие из той категории техник, которую можно назвать «Продажа принимается за данность» Также можно сказать, что мы «подразумеваем продажу». Посмотрите покупателю прямо в глаза и попросите завершить сделку. Я знаю, что я лично готов пустить это в ход почти при каждом закрытии.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа, и технику «Документы».

## Активное обучение:

Опишите точно, как лично вы примените это закрытие, чтобы представить свой товар, услугу, деловое предложение или идею:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Напишите, с какими возражениями вы можете столкнуться, когда примените данную технику закрытия, и какую ещё технику вы можете в этом случае использовать:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## **Техника закрытия «ДОКУМЕНТЫ»**

«На чьё имя мы будем оформлять документы: на Ваше, на имя компании или на то и другое?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это очень похоже на предыдущее закрытие («Паспорт на владение/ регистрацию товара»). При любой сделке, что бы Вы ни продавали, надо оформлять документы. На самом деле приведённый выше вопрос можно задать и раньше, чтобы выяснить, кто действительно принимает решения.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа, и технику «Регистрация».



## Техника закрытия «УВЁРТКИ ИЗ-ЗА МУЖА ИЛИ ЖЕНЫ» - 1

(«Надо переговорить с мужем/женой».)

«И что, если Ваш муж / Ваша жена скажет “нет”?»

(Ответ: «Этого не будет».)

«Тогда, пожалуйста, подпишите вот здесь и здесь».

(Ответ: «Мы не будем покупать».)

«Он/она не одобрит товар или сумму?»

\* Если товар — «Что Вы предлагаете?»

\* Если сумма — «А что по поводу денег: первый взнос, ежемесячные платежи или цену?»

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Хотя люди и советуются с мужем или с женой, когда принимают решения, многие сегодня принимают решение, не советуясь. Жёны чаще покупают без одобрения мужей, чем наоборот. Проверьте, действительно ли это настоящее возражение, используя описанное выше закрытие «Увёртки из-за мужа или жены». Это также поможет вам выудить настоящее возражение. Ни в коем случае не используйте технику «подлежит одобрению мужа или жены», пока не попробовали сперва данную технику.



## **Техника закрытия «УВЁРТКИ ИЗ-ЗА МУЖА ИЛИ ЖЕНЫ» - 2 («Надо переговорить с мужем/женой».)**

«Я с Вами согласен, да, надо спросить жену. Быть может, наши жёны хоть чем-то похожи, а моя никогда не скажет “нет”, если мне что-то нравится, и я никогда ей не отказываю. Мне нужно Ваше одобрение вот здесь, здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это нужно применять с уверенностью и силой и реагировать быстро. Вы соглашаетесь, выражаете понимание, смотрите на человека, улыбаетесь и рассказываете свою историю! Кстати, чем больше в ней правды, тем чаще Вы при помощи неё закроете. Хотя моя жена и говорит людям, что ей нужно со мной посоветоваться, она может купить без меня и покупала в прошлом.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа, все техники категорий «Увёртки из-за мужа или жены», «Отсутствующая сторона» и «Бюджет», а также техники «Только на Ваше имя» и «Второй игрок».





## Техника закрытия «УВЁРТКИ ИЗ-ЗА МУЖА ИЛИ ЖЕНЫ» - 3

(«Надо переговорить с мужем/женой».)

«Лучше просить прощения, чем просить разрешения, поэтому давайте уж за дело — подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Попробуйте этот вариант — и Вы начнёте на него полагаться. Это только для Мастеров закрытия — не будьте слабаками — действуйте. Вы ничего не потеряете. Улыбнитесь — и вперёд.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа, все техники категорий «Увёртки из-за мужа или жены», «Отсутствующая сторона» и «Бюджет», а также техники «Только на Ваше имя» и «Второй игрок».



## **Техника закрытия «УВЁРТКИ ИЗ-ЗА МУЖА ИЛИ ЖЕНЫ» - 4**

(«Надо переговорить с мужем/женой».)

«Да, я Вас понимаю. Если Вы и Ваша жена / Ваш муж общаетесь так же, как я и моя жена, то она/он уже знает, что Вы здесь и знает, что Вы здесь делаете. Давайте уж завершим дело, если у Вас нет больше никаких других сомнений. Распишитесь вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

В этой технике мы используем само возражение и подтверждаем, что люди, которые всё вместе обговаривают, уже должны были поговорить о том, что человек здесь сейчас делает. Закройте эту сделку, прекратите принимать это возражение всерьёз, так как чаще всего это просто способ оттянуть закрытие.

См.: все техники категорий «Увёртки из-за мужа или жены», «Отсутствующая сторона» и «Второй игрок».



## Техника закрытия «ОТСУТСТВУЮЩАЯ СТОРОНА» - 1

«Покупатель соглашается на владение при указанных суммах и условиях. Окончательное решение будет принято после получения одобрения от такого-то. Это честно?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Этой техникой стоит пользоваться лишь в последнюю очередь и только после других техник для преодоления увёрток из-за мужа, жены или начальника. Те, кто ищут путей полегче, слишком часто пользуются этим закрытием и теряют сделки.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа, все техники категорий «Увёртки из-за мужа или жены», «Отсутствующая сторона» и «Второй игрок».



## Техника закрытия «ОТСУТСТВУЮЩАЯ СТОРОНА» - 2

«А Ваша жена / Ваш муж одобряет Вашу сегодняшнюю ситуацию и то, во сколько это обходится? Если ничего не изменится кроме того, что Ваша ситуация станет лучше, разумеется, она/он Вас в этом поддержит».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это ещё один вариант предыдущего закрытия («Отсутствующая сторона»). Он проверяет достоверность возражения. Слишком многие сделки не завершаются потому, что кто-то пытается привести жену или мужа, теряет время, и оказывается, что возражение на самом деле пустое.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа, все техники категорий «Увёртки из-за мужа или жены», «Отсутствующая сторона» и «Второй игрок».

## Активное обучение:

Опишите точно, как лично вы примените это закрытие, чтобы представить свой товар, услугу, деловое предложение или идею:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Напишите, с какими возражениями вы можете столкнуться, когда примените данную технику закрытия, и какую ещё технику вы можете в этом случае использовать:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



## Техника закрытия «СТРАХОВКА»

«Где Вы будете страховать Ваш новый / Вашу новую / Ваши новые \_\_\_\_\_? Какой у него номер телефона?»

*(Ждёте.)*

«Я позвоню, чтобы Вам перевели страховку, и Вы будете застрахованы, когда сегодня отсюда уйдёте».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это делается до того, как Вы займётесь суммой. Это техника в стиле стремительного нападения, и ею стоит пользоваться только людям, очень уверенным в себе (как Вы). Вы не поймёте, насколько отлично это работает, пока не попробуете.



## **Техника закрытия «СОВЕТ ВТОРОГО СОБЕСЕДНИКА»**

«Сергей, взгляните на цену. Если учесть всё, что Вы знаете о товаре, и учесть, как хорошо Вы знаете своего брата, что бы Вы ему посоветовали насчёт покупки этого товара, и насколько честной Вам кажется цена?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Никогда не пренебрегайте другими людьми, которые, по всей видимости, участвуют в продаже; если их не вовлечь в разговор, они порушат сделку за вашей спиной. Вовлеките их в разговор. Покупатель ценит их мнение больше Вашего — так воспользуйтесь этим. Используйте второго человека, чтобы помочь Вам закрыть или по крайней мере узнать, что он думает, поскольку он всё равно поделится своими соображениями с покупателем и повлияет на его решение.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа, все техники категории «Увёртки из-за мужа или жены», «Отсутствующая сторона» и «Второй игрок».



## Техника закрытия «ВТОРОЙ ИГРОК» - 1

«Вы будете помогать с оплатой, первым взносом, ежемесячными платежами, документами или со всем этим?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это закрытие сходно с закрытием «Совет второго собеседника», но в нём Вы спрашиваете, будет ли «Второй игрок» деньгами участвовать в сделке. После этого у Вас не будет никаких проблем с наглыми или чрезмерно разговорчивыми советчиками, а может быть они даже сами предложат помощь.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа, все техники категорий «Увёртки из-за мужа или жены», «Отсутствующая сторона» и «Второй игрок».

## Активное обучение:

Опишите точно, как лично вы примените это закрытие, чтобы представить свой товар, услугу, деловое предложение или идею:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Напишите, с какими возражениями вы можете столкнуться, когда примените данную технику закрытия, и какую ещё технику вы можете в этом случае использовать:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## **Техника закрытия «ВТОРОЙ ИГРОК» - 2**

«Вы хотите, чтобы мы составили платежи так, чтобы он/она мог сам/сама всё оплачивать, или Вы тоже планируете внести вклад?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Сделайте это вежливо и уважительно и только после того, как Вы вовлекли человека в продажу и показали ему, что Вы приветствуете его или её участие. Это делается только на стадии закрытия.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа, все техники категории «Увёртки из-за мужа или жены», «Отсутствующая сторона» и «Второй игрок».

## Активное обучение:

Опишите точно, как лично вы примените это закрытие, чтобы представить свой товар, услугу, деловое предложение или идею:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Напишите, с какими возражениями вы можете столкнуться, когда примените данную технику закрытия, и какую ещё технику вы можете в этом случае использовать:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## **Техника закрытия «ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ НЕМЕДЛЕННО»**

«Если нет никаких возражений или причин, по которым не стоит прямо сейчас обзавестись Вашим новым / Вашей новой / Вашими новыми \_\_\_\_\_, то распишитесь вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Взгляните им в глаза, дайте ручку и укажите на то место, где нужно расписаться, и — закройте продажу.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа; все техники «Согласие», «Шкала от 1 до 10» и «Давайте Вы всё равно это сделаете»



## Техника закрытия «СОГЛАСИЕ» - 1

«Я согласен, что это большие деньги! Подпишите, пожалуйста, вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Сперва соглашаетесь — одно из правил продажи, и ему нужно следовать при закрытии. Эта техника — самый высший пилотаж. Вы признаёте, что понимаете, что у клиента есть возражение, но не придаёте ему никакой значимости и пронзаете возражение насквозь, как будто это скорее комментарий, а не возражение. Это одно из моих любимых закрытий — простое и мощное.

См.: техники «Согласие» - 2 и 3, «Радуйтесь тому, что...», «Будьте благодарны», «Поздравьте себя», «Ощущаете-ощущал-обнаружил», «Давайте Вы всё равно это сделаете», «Лучше жить богатым».

## **Активное обучение:**

Опишите точно, как лично вы примените это закрытие, чтобы представить свой товар, услугу, деловое предложение или идею:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Напишите, с какими возражениями вы можете столкнуться, когда примените данную технику закрытия, и какую ещё технику вы можете в этом случае использовать:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Техника закрытия «СОГЛАСИЕ» - 2

«Я согласен — это большие деньги, но я полагаю, что Вы знали об этом до того, как прийти. Подпишите, пожалуйста, вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Большинство людей в какой-то мере представляют себе сумму до того, как позвонить или прийти. Никто не скажет: «Да, мне так нравится эта цена». Любой начнёт плакаться прямо перед тем, как закрыть. Поэтому соглашайтесь — и закрывайте!

См.: техники «Согласие» - 3, «Поздравьте себя», «Ощущаете-ощущал-обнаружил», «Давайте Вы всё равно это сделаете», «Лучше жить богатым».



## Техника закрытия «СОГЛАСИЕ» - 3

«Я согласен, и все, кто когда-либо это покупал, говорят совершенно то же самое. Мне нужна Ваша подпись — вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Согласитесь, а затем скажите покупателю, что все остальные пришли к такому же выводу, у них была такая же реакция, и — закройте продажу! В данном случае Вы понижаете «возражение» и сводите его к категории простого «недовольства». Вы увидите, что большинство возражений таковыми не являются, а просто представляют собой обычное недовольство, и так с ними и нужно обращаться.

См.: техники «Согласие» - 1 и 2, а также все остальные техники, связанные со скидками, «Ощущаете-ощущал-обнаружил», «Давайте Вы всё равно это сделаете», «Лучше жить богатым».





## **Техника закрытия «ЭТО НЕ ПОСЛЕДНИЙ РАЗ»**

«Я согласен, но это не первый и не последний раз, когда Вы тратите больше, чем собирались. Мне нужна Ваша подпись — вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это закрытие основано на том, что Вы не придаёте возражению большого значения и обращаетесь с ним как с недовольством. Любой покупатель поймёт Ваши слова. Улыбнитесь, ответьте, закройте.

См.: все техники «Согласие», «Поздравьте себя», «Будьте благодарны», «Лучше жить богатым» и все техники, связанные со скидками.



## **Техника закрытия «БУДЬТЕ БЛАГОДАРНЫ»**

«Я согласен с Вами. Будьте благодарны за то, что Вы можете потратить такие большие деньги. Не все могут себе это позволить. Кто-то на Земле умирает от голода, а у Вас есть возможность вложить деньги в будущее своей компании. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это очень мощное закрытие, которое требует высокой самооценки и уверенности в себе. Истина пробивает сопротивление, но слишком немногие продавцы пользуются беспристрастными достоверными фактами. Это особенно хорошо работает на состоятельных людях. Будьте настойчивы, и могучие силы придут вам на помощь. Это мастерское закрытие. Пользуйтесь им!

См.: техники «Согласие», «Поздравьте себя», «Работали, чтобы заслужить», «Лучше жить богатым» и все техники, связанные со скидками.



## **Техника закрытия «ПОЗДРАВЬТЕ СЕБЯ»**

«Я знаю, что это значительное вложение денег. Вы должны поздравить себя с тем, что можете потратить такие значительные деньги. Кто-то и подумать не может о том, чтобы жить в таком месте. Подпишите, пожалуйста, вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это закрытие, как и многие другие, с которыми вы знакомитесь, использует важность и силу возражения или недовольства как толчок или движущую силу, для того чтобы закрыть. Не боритесь с этим возражением — извлеките из него пользу!

См.: техники «Согласие», «Поздравьте себя», «Радуйтесь...», «Будьте благодарны», «Это не последний раз», «Лучше жить богатым» и все техники, связанные со скидками.



## **Техника закрытия «ДАВАЙТЕ ВЫ ВСЁ РАВНО ЭТО СДЕЛАЕТЕ»**

«Я понимаю, что это больше, чем Вы собирались потратить; давайте Вы всё равно это сделаете».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Я понимаю, что если вы до сих пор не пользовались некоторыми из этих закрытий, они могут вам показаться дерзкими, может быть, даже обидными для клиента. Когда вы начнёте ими пользоваться, то поймёте, что происходит иначе. Покупатель начнёт вас уважать за то, что вы не идёте на поводу у каждого его возражения. Как вы думаете, каким образом людям удаётся тратить больше, чем они могут себе позволить? Они знают, что это не надо делать, и тем не менее — тратят.

См.: закрытия «Согласие», «Поздравьте...», «Радуйтесь...», «Будьте благодарны», «Это не последний раз», «Лучше жить богатым» и все техники, связанные со скидками.





## **Техника закрытия «ЭТО НЕ КАКАЯ-ТО ТАМ БОЛЕЗНЬ»**

«Я знаю, что это больше, чем Вам надо, и больше, чем Вы хотели потратить, но это не какая-то там болезнь – Вы от этого не умрёте. Давайте заключим сделку, хорошо? Подпишите вот здесь, пожалуйста».

(Даёте ручку.)

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Вы, возможно, спрашиваете себя: Где можно набраться смелости такое вообще говорить? Это факт: не надо придавать возражениям слишком большое значение! Выражайте понимание, сводите их к нулю и сразу закрывайте. Вы увидите, что такие закрытия настолько успешны, что будете сами удивляться, как Вы вообще обходились без них в продаже.

См.: техники «Согласие», «Поздравьте себя», «Радуйтесь...», «Будьте благодарны», «Это не последний раз», «Лучше жить богатым», «Сделайте это ради меня», «Давайте Вы всё равно это сделаете» и все техники, связанные со скидками.



## **Техника закрытия «СДЕЛАЙТЕ ЭТО РАДИ МЕНЯ»**

«Сэр, если Вы не можете это сделать ради себя или ради своей жены, сделайте это ради меня. Мне нужно, чтобы Вы подписали вот здесь и здесь».

Вы можете сказать: «Ну да, сейчас! Как я вообще могу воспользоваться такой техникой?!»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Большинство людей хотят помочь другим. Попросите помощи, попросите содействия и попросите сделать это ради вас. Это не настолько безумно, как вам может показаться. Рискните — попробуйте, а потом вы мне позвоните, чтобы поблагодарить.

См.: техники «Согласие», «Поздравьте себя», «Радуйтесь...», «Будьте благодарны», «Это не последний раз», «Лучше жить богатым» и все техники, связанные со скидками.



## **Техника закрытия «АССОРТИМЕНТ: НА МАРКУ НИЖЕ»**

«Может быть Вам больше нравится вариант подешевле? Это вам сэкономит 500 \$, 1000 \$, 1500 \$ и снизит Ваши ежемесячные выплаты на 12 \$ — 30 \$. Или Вы предпочитаете, чтобы у Вас было именно то, что Вы хотите, и Вы будете платить немного больше ежемесячно?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это делается в самом конце, когда вы уже заполняете бумаги — как проверка того, насколько человек «привержен» своему решению; либо это можно делать в процессе переговоров, когда другие «денежные» техники не сработали. вы должны всегда пользоваться ассортиментом товара в процессе переговоров, поскольку тогда вы прибавляете больше ценности предложению вместо того, чтобы снижать цену. Кроме того, это даёт покупателю возможность выбора и позволяет человеку сохранить чувство собственного достоинства в том случае, если он не может себе позволить купить данный товар. А также, это повышает ценность того товара, который он решил купить.

См.: вторую технику «Ассортимент», «Возможность выбора: другой комплект» и «Возможность выбора».



## **Техника закрытия «АССОРТИМЕНТ: НА МАРКУ ВЫШЕ»**

«До того, как я закончу заполнять бумаги, хочу Вам сказать, что мы можем увеличить объём с 4 гигабайтов до 8 гигабайтов, и это будет стоить дополнительно всего сумму 'X'. Раз у нас есть график платежей, то это только чуть-чуть изменит Ваши выплаты. Нравится Вам такой вариант?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Этим лучше всего пользоваться для того, чтобы проверить, насколько человек «привержен» своему решению, но можно также пользоваться и тогда, когда покупатель никак не решается, или даже когда у него есть возражения по цене. Хотя не сразу очевидно, как можно предлагать покупателю более дорогой товар, когда он и так уже вопит по поводу денег, это, тем не менее, ценное и действенное решение. Многие покупатели, когда говорят, что им слишком дорого, имеют в виду, что это слишком дорого за данный товар. Кто-то может подумать, что вы сошли с ума, но зато при такой технике покупатель понимает, что второй вариант — потратить больше, а не меньше; и эта более высокая цена может придать ценность изначальному товару.

См.: вторую технику «Ассортимент», техники «Возможность выбора», «Лучше жить богатым» и «Работали, чтобы заслужить...»





## **Техника закрытия «ВОЗМОЖНОСТЬ ВЫБОРА»**

«Если платежи слишком высокие, давайте вернёмся назад и рассмотрим следующий, несколько более дешёвый вариант».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эти закрытия при помощи ассортимента и «Возможности выбора» предлагают покупателю решения и показывают, что вы стараетесь помочь. Продавец должен проводить всех покупателей вверх и вниз по всему ассортименту, поскольку покупатели всё равно изучат его после того, как от вас уйдут. Именно так — сравнивая и оценивая — люди принимают решения, когда делают покупки. Когда Вы это будете делать, то пользуйтесь логикой, и это поможет Вам закрыть намного больше сделок.

См.: вторую технику «Ассортимент», вторую технику «Возможность выбора», «Лучше жить богатым», «Работали, чтобы заслужить...» и «Вы это заслужили».



## **Техника закрытия «ВОЗМОЖНОСТЬ ВЫБОРА: ДРУГОЙ КОМПЛЕКТ»**

«Если Вы не хотите товар маркой ниже или предыдущую модель, почему бы нам не рассмотреть более простой комплект услуг? Вам придётся отказаться от этих двух дополнительных качеств, но это Вам сэкономит сумму 'X' и снизит ежемесячные платежи».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Всегда покажите покупателю, как можно получить то, что он хочет. Может быть, вы предлагаете ему правильный товар, но предлагаете слишком много дополнительного. Это очень похоже на предыдущие техники закрытия, где мы использовали разные марки и ассортимент. Дайте покупателю возможность что-то купить!



## **Техника закрытия «РАЗБЕЙТЕ ПЛАТЁЖ НА СОСТАВЛЯЮЩИЕ» («Платёж слишком высок, мне нужно, чтобы он был менее 500 \$».)**

«Он уже и так ниже 500 \$, которые Вас устраивают. Если не считать дополнительные качества, сама машина стоит 20.000 \$, а это платёж в 400 \$:

- машина 20.000 \$ = 400 \$ в месяц;
  - навигатор 3.000 \$ = 60 \$ в месяц;
  - солнечный люк 1.000 \$ = 20 \$ в месяц;
  - кожаная обивка 1.800 \$ = 36 \$ в месяц;
  - налог на продажу 3.000 \$ = 60 \$ в месяц;
- всего 576 \$ в месяц.

Если убрать дополнительные качества, платёж составляет 400 \$ в месяц. Если заплатить за оборудование сразу, платёж составит 460 \$ в месяц. Если включить дополнительные качества, но не платить за них сейчас, то всего за 3 \$ в день Вы получите именно то, что хотите. Я лично выбрал бы этот вариант. А Вы?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это закрытие основано на чистой логике. Им можно пользоваться хоть каждый день применительно к любым товарам, у которых есть то, что покупать необязательно и что прилагается дополнительно.



## **Техника закрытия «БЮДЖЕТ» - 1 («Мы уже перебрали свой бюджет».)**

«Все те, кто здесь покупают, уже перебрали свой бюджет, но все мы всё равно как-то с этим справляемся».

Пошутите: «У нас есть группа поддержки, которая собирается тут каждый понедельник вечером... Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это всего-навсего бюджет! Не делайте из мухи слона. Помните: никто не превышает свой бюджет только тогда, когда он не покупает. Люди превышают бюджет, именно когда покупают. Закройте сделку! Они уже и так превысили бюджет до того, как пришли сюда, и они уйдут отсюда с превышением. Такова жизнь.

См.: техники категории «Бюджет», все техники, связанные со скидками, «Радуйтесь тому, что...», «Лучше жить богатым» и «Давайте Вы всё равно это сделаете»





## Техника закрытия «БЮДЖЕТ» - 2

«Вы, наверное, можете то же самое сказать о том, сколько Вы платите по кредитным картам, за страховку, по налогам, за продукты, рестораны, отопление и электричество. Всё это больше того, что Вы хотели бы платить, но Вы же платите... Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Не обращайтесь на возражение и относитесь к нему как к комментарию или недовольству. Закрывайте!

См.: Все техники, связанные со скидками и ценами, «Радуйтесь тому, что...», «Лучше жить богатым» и все техники категории «Бюджет».



## Техника закрытия «БЮДЖЕТ» - 3

«Я понимаю это и, более того, — думаю, что у Вас есть даже целая коллекция».

(Ответ: «Что вы имеете в виду?»)

«Это не первая Ваша слишком дорогая покупка, и Вы не в первый раз превышаете бюджет. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Ваши покупатели чуть ли не лопнут от смеха от такой выходки. В правде очень много силы. Ради того, чего им по-настоящему хочется, все готовы пойти на гораздо большее.

См.: Все техники, связанные со скидками и ценами, «Радуйтесь тому, что...», «Лучше жить богатым» и все техники категории «Бюджет».



## Техника закрытия «БЮДЖЕТ» - 4

«Итак, давайте предположим, что Вы можете себе позволить платить за дом, за ту машину, которая у вас сегодня, и страховку на неё, за свет и газ, за продукты, медицину, одежду, нянь для детей, школьное обучение, развлечения, кредитные карточки, алименты на жену и детей, спортклубы; что Вы можете вкладывать деньги в пенсионный фонд да ещё и откладывать ежемесячно; предположим, что у Вас всё-таки найдутся средства в Вашем ежемесячном бюджете для того, чтобы обзавестись новой машиной и получать от неё удовольствие. Если бы Вы смогли себе всё это позволить, то у Вас, разумеется, не было бы никаких других возражений, не так ли? Хорошо. Сколько Вы платите в месяц за дом? А за машину?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Просмотрите вместе все расходы клиента и при помощи логики докажите ему, что он **МОЖЕТ** себе это позволить.

См.: Все техники, связанные со скидками и ценами, «Радуйтесь тому, что...», «Лучше жить богатым» и все техники категории «Бюджет».



## Техника закрытия «БЮДЖЕТ» - 5

«90 % людей, с которыми я работаю, уже превысили свой бюджет, когда они сюда приходят. То, что Вы в прошлом принимали какие-то неразумные решения или покупали вещи, которые Вам не нужны, не значит, что Вы должны себя сегодня наказывать и не принять разумное решение купить то, что Вам на самом деле нужно. Давайте действовать...»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Многие страны в долгу. Например, долг американского правительства – триллионы долларов, но это не значит, что оно перестаёт работать. Это закрытие — способ показать, что превышение бюджета — это не так страшно. Не становитесь сами в данном случае барьером на пути к продаже и не позволяйте бюджету клиента служить оправданием не закрыть. Он уже превысил свой бюджет до того, как вы с ними встретились, и будет превышать его независимо от того, что он сегодня делает.





## Техника закрытия «ПРЕДПОЛОЖИМ, ЧТО ДОЛГ — НОЛЬ»

«Сумма, оставшаяся к выплате, не имеет никакого отношения к ценности Вашего нынешнего дома (машины, лодки, чего угодно). Предположим, Вы были бы должны “ноль” за этот нынешний товар; хотели бы Вы товар нулевой ценности? Нет, конечно. Эта вещь стоит столько, сколько стоит, и не станет лучше от того, что Вы будете ждать. Да, нужно выплатить оставшуюся сумму, но давайте Вас поселим в тот дом, который Вам нравится. Подпишите вот здесь и здесь...»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это используется в том случае, если клиент должен больше за актив, который у него сейчас есть, чем вообще стоит этот актив, который он хочет продать или от которого хочет избавиться. Многие продавцы из-за этого останавливаются, поскольку обращают внимание на проблему, а не на решение. Не занимайтесь решением проблемы клиента — закрывайте продажу.

Это отлично работает для банкиров, продавцов автосалонов, продавцов мебели, тех, кто даёт на прокат оборудование, ипотечных брокеров и агентов по недвижимости.



## Техника закрытия «ВЫПЛАТИТЬ ОСТАТОК»

«Иван, Вы согласны купить в том случае, если мы выплатим то, что Вам осталось выплатить по сегодняшнему кредиту (сегодняшней ипотеке). Мы можем сделать это при помощи различных скидок компании или если добьёмся, чтобы новый кредитор согласился покрыть эту разницу. Деньги, которые у Вас есть, пойдут на то, чтобы снизить сумму кредита для Вашей новой покупки».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это отлично работает там, где оборудование обменивается на новую покупку или если продажа останавливается из-за того, что предыдущая покупка ещё не полностью выплачена (или и то, и другое). Этой техникой также можно пользоваться, когда у покупателя контракт или кредит на какой-либо другой товар или услугу. Триллионы долларов ежегодно теряются в продаже из-за того, что компании не принимают на себя ответственность за прежние покупки клиентов.



## Техника закрытия «ОТЛОЖИТЬ ПЛАТЁЖ»

«Михаил, теперь \_\_\_\_\_ будет принадлежать Вам в том случае, если мы оплатим Ваш долг по кредитной карте и договоримся, что Вам не нужно будет сейчас платить первый взнос — так что не нужно будет ничего платить ни в этом, ни в следующем месяце, и первая оплата будет только через два месяца. Что Вы об этом думаете?»

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Это техника закрытия для тех, кто связан с финансированием продажи и может творчески подойти не только к тому, как происходит продажа, но и к тому, как человек или компания вносит платежи. Например, человек въезжает сегодня и экономит ежемесячную арендную плату, и не платит в этом и в следующем месяце. Вместо того, чтобы снижать стоимость дома, вы убираете первый платёж в этом месяце. Это создаёт экономию для покупателя, не уменьшая общей суммы. Большинство продавцов не подходят к процессу достаточно творчески и не берут на себя ответственность за все стадии продажи, включая финансирование. Большинство покупателей больше всего беспокоятся о ежемесячных платежах; компании же больше беспокоятся об обороте денег, чем о цене.



## **Техника закрытия «ТОЛЬКО НА ВАШЕ ИМЯ»**

«Если мы можем предоставить Вам финансирование только на Ваше имя и не потребуется ничьей больше подписи, то Вы согласны на владение товаром и на доставку прямо сейчас, по тем суммам, которые мы обсуждали, так?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Действуйте шаг за шагом, и пусть клиент сперва согласится на цены, а затем разбирайтесь с финансированием. Это особенно хорошо работает с теми покупателями, которые беспокоятся, что они могут не получить финансирования. Отвлеките клиента от самой цены и направьте его внимание на возможность купить на своё имя. Я закрыл много сделок, где большим преимуществом было то, что покупатель смог купить на своё имя, в какой-то мере вернуть себе кредитную репутацию, а сам товар был не столь существенен.

См.: Техники «Второй игрок», все техники категории «Бюджет» и все техники, связанные с финансированием и процентами.





## **Техника закрытия «ПО ИНЕРЦИИ...»**

«Я расписал для Вас все составляющие стоимости, и вот чем мы можем Вам помочь».

(Объясните сумму и детали.)

«Мне нужно Ваше одобрение вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Объясните сумму и все составляющие, растолкуйте, попросите одобрения, дайте покупателю ручку и замолчите. Хорошо работает на тех, кто только ещё ищет, на непростых покупателях и на тех, кто сравнивает ваши цены с ценами, полученными ранее от других. Будьте уверены, профессионалы, контролируйте ситуацию и смотрите покупателю в глаза.

См.: все техники, в которых подразумевается продажа, все техники, связанные со скидками и «Давайте всё равно это сделаем»



## Техника закрытия «НАДО ПОМОЛИТЬСЯ»

«Да, конечно, я Вас прекрасно понимаю. Я сам всегда молюсь, когда мне нужно принять решение. Как Вам удобнее всего помолиться? Давайте вместе помолимся. Я надеюсь, Бог укажет нам обоим правильный путь. Я готов принять Божью волю для нас обоих».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Уважайте убеждения покупателя и будьте вместе с ним, когда он общается с Богом. Хотя некоторые считают, что это табу, которое нельзя нарушать, я с этим не согласен. Покупатель сам заговорил о Боге, и вы должны оказать клиенту почтение и уважительно отнестись к его убеждениям; молитесь с ним до тех пор, пока вы не получите в ответ «да» или «нет». Нужно делать это искренне, относясь уважительно к вере клиента в высшую силу.

**ПРИМЕЧАНИЕ:** Я ни разу не потерпел неудачи в подобных случаях на протяжении всей моей карьеры.

См.: все техники «Мне нужно подумать», техники категории «Время» и «Увёртки из-за мужа или жены», техники «Сделайте это ради меня» и «Сейчас или потом».



## **Техника закрытия «МНЕ НУЖНО ПОДУМАТЬ» - 1**

«Мысль — мгновенна. Подумайте о слоне. Подумали? Видите: мысль — мгновенна. На самом деле Вам нужно принять решение — «да» или «нет». Делать или не делать. Меня устраивают оба варианта. Что Вы выбираете?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это очень сильное закрытие. Я никогда не верил, что людям нужно обдумывать, поскольку это просто увёртка, чтобы рассмотреть какие-то другие соображения. Скорее, им нужно больше информации, а не время подумать. Это закрытие помогает выявить, что на самом деле не так.

См.: техники категории «Время», техники, связанные со скидками, техники «Мне нужно подумать» и технику «Причина для покупки».



## Техника закрытия «МНЕ НУЖНО ПОДУМАТЬ» - 2

«Я понимаю. Однако, то, что Вы будете это обдумывать, не изменит того факта, что этот товар Вам экономит деньги, он нужен Вашей компании, и Вы рано или поздно всё равно его купите. Давайте доведем всё до конца, чтобы Вы могли думать обо всём остальном, что требует Вашего внимания. Мне нужно Ваше одобрение вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Покажите клиенту, что вы его понимаете и закрывайте — не обращайтесь внимание на это ненастоящее и необоснованное возражение. Если вы считаете, что людям нужно дополнительное время для принятия решений, то вам нужно разобраться с самим собой, потому что, когда людям действительно продали, они не думают — они покупают.

См.: техники категории «Время», техники, связанные со скидками и техники «Мне нужно подумать».





## Техника закрытия «МНЕ НУЖНО ПОДУМАТЬ» - 3

«Отлично! Как Вы думаете, 2–3 дня будет достаточно или лучше 2–3 недели?»

(Покупатель, скорее всего, скажет, что 2–3 дня вполне достаточно.)

«На самом деле, сколько бы Вы ни думали, те же самые три вопроса всё равно останутся. Можно я их Вам задам?»

«Этот товар — то, что Вы хотели?»

«Вы можете себе это позволить?»

«Я такой человек, с которым вы хотите иметь дело?»

(Если он отвечает «да» на все три вопроса, то укажите, где поставить подпись.)

«Тогда поехали!»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это одна из моих самых любимых техник закрытия. Вы одновременно снимаете чувство напряжения у покупателя (из-за того, что ему нужно что-то сделать прямо сейчас), когда предлагаете ему подумать целых три недели, и перечисляете ему единственные причины, по которым люди не хотят покупать. Эта техника также помогает выявить подлинное возражение.



## **Техника закрытия «МНЕ НУЖНО ПОДУМАТЬ (1–10)» - 4**

«Отлично, большинство людей хотят какое-то время подумать прежде, чем принять решение. Позвольте Вас спросить, по шкале от 1 до 10, где десять это “абсолютно уверен и готов”, а один — “не куплю, несмотря ни на что”, где Вы находитесь в данный момент?»  
(Получите ответ.)

Затем спросите: «Что нужно, чтобы было десять?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника позволит вам определить, в чём подлинное возражение, и, поверьте мне, оно существует. Когда вы соглашаетесь с необходимостью покупателя подумать и затем спрашиваете его, где на шкале он находится на данный момент, вы получаете представление о том, что он думает и каково его действительное возражение. Эта техника на какое-то мгновение освобождает покупателя от необходимости что-то предпринимать прямо сейчас, и в то же время она даёт вам возможность определить, что понадобится сделать, чтобы покупатель действовал без промедлений.



## Техника закрытия «МНЕ НУЖНО ПОДУМАТЬ» - 5

«Я понимаю. Я сам, как потребитель говорил то же самое, когда я:

1) не хотел спорить с продавцом, разбираться с ним в чём-то или просто быть в его компании;

2) не хотел его расстраивать; или

3) был чем-то обеспокоен, с чем мы ещё не разобрались.

Что из этого относится к Вам?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Дайте клиенту знать, что вы его понимаете, согласитесь с ним и узнайте, в чём заключается настоящее возражение, поскольку пока что вы столкнулись лишь с увёрткой, а вам нужно выяснить, в чём по-настоящему дело, чтобы разрешить ситуацию. Чтобы успешно пользоваться подобными закрытиями, вы должны быть уверены в том, что сделку можно заключить – и не сдавайтесь. Продайте им, не позволяйте им продавать вам.



## **Техника закрытия «РАССКАЗАТЬ / ПОКАЗАТЬ ЕЩЁ РАЗ»**

«Идите сюда и посмотрите — я хочу Вам показать, как близко мы подошли к самому разумному и приятному вложению денег в Вашей жизни».

(Ещё раз покажите клиенту все преимущества Вашего товара.)

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это самая эффективная и самая забытая в бизнесе техника закрытия. Люди покупают товар, а не цену и не условия покупки. Вернитесь к рассказу о товаре и продавайте именно его. Рассказывайте об отличительных чертах и преимуществах, а затем уже снова закрывайте. Рассказывайте радостно, вдохновлённо. Дайте клиенту его ещё раз потрогать или попробовать, если это товар для личного употребления. Если товар — это что-то, чем клиент будет пользоваться, пусть он на опыте ощутит, как товар ему поможет. Если же его нельзя потрогать, то снова расскажите о ценности; напишите, что человек выигрывает, когда будет владеть товаром.

См.: две техники «Сравнение», «Лучше жить богатым», «Бенджамин Франклин», «Качество», «Работали, чтобы заслужить...»





## **Техника закрытия «ИЗВИНЕНИЕ»**

«Я должен перед Вами искренне извиниться, что не сумел достичь с Вами согласия. Могу я Вас спросить: я что-то не так сделал? Или чего-то не сделал? Тогда не уходите пока — я подготавливаю для Вас товар, чтобы Вам не пришлось искать другого решения. Следуйте за мной».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Вы всегда должны быть готовы извиниться за то, что не закрыли сделку, поскольку это ваша вина, и вы не смогли удовлетворить желание покупателя закончить дело. А также, всегда провожайте своего покупателя, не давайте ему уходить самому, потому что тогда у вас есть возможность по дороге снова ему продавать. Любой покупатель сожалеет о своём решении и сомневается в нём. Техника закрытия «Извинение» даёт вам возможность закрыть незакрытую продажу.

См.: «Рассказать / показать ещё раз», «Я не сдамся», «Умоляю», «Не могу поверить» и все техники, в которых подразумевается продажа.



## **Техника закрытия «НЕ МОГУ ПОВЕРИТЬ»**

«Я отказываюсь верить в то, что Вы этого не сделаете. Товар — тот, что нужно; цена — прекрасная, и я знаю, что он Вам нравится. Давайте же это сделаем».

(Поверните контракт так, чтобы он был перед покупателем и протяните ручку.)

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Вы должны сказать это очень радостно и положительно, быть полностью убеждённым и безоговорочно верить в то, что это верный поступок. Это жёсткая продажа! Вы должны сами быть полностью уверены в том, что это правильное решение, и добиваться этого правильного решения. Людям непросто принимать решения — им нужна помощь.

См.: «Рассказать / показать ещё раз», «Извинение», «Я не сдамся» и все техники, в которых подразумевается продажа.



## **Техника закрытия «Я НЕ СДАМСЯ»**

«Я не намерен сдаваться. Или Вы сейчас у меня купите или я буду звонить Вам каждый день до тех пор, пока Вы этого не делаете. Это правильное решение. Это прекрасная покупка для Вас, и я не сдамся. Давайте, вперёд!»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Как и в прошлой технике, вы должны сказать это очень радостно, положительно и с полной уверенностью. Вы говорите и показываете покупателю, что это верный выбор, верное решение. Это из категории жёстких продаж, и в данном случае требуется, чтобы именно вы были уверены, а не покупатель! Донесите свою убеждённость, и покупатель тоже убедится!

См.: «Рассказать / показать ещё раз», «Извинение», «Я не сдамся», «Не могу поверить», техники «Давление» и все техники, в которых подразумевается продажа.



## Техника закрытия «ТРИ “ДА” И ЗАТЕМ...»

«Я ответил на все Ваши вопросы?»

«Вам легко было нас найти?»

«Вам приятно со мной работать?»

«Тогда одобрите вот здесь и здесь».

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

«Да» — самое могучее слово. Пусть покупатель отвечает вам «да». Задайте только те вопросы, на которые вы получите в ответ «да», и затем попросите сделать заказ. Можно задать вопрос о покупке как четвёртый вопрос, на который человек может ответить «да», но я бы этого не делал. Не задавайте вопрос о покупке как вопрос, на который можно ответить «да» или «нет». Предположите, что закрытие состоялось, и попросите расписаться. Положительные ответы уже подготовили почву для подписи. Они создали для вас движущую силу, чтобы закрыть.

См.: «По инерции...», «Мне нужно подумать», «Три раза согласился, и — вперёд!» и все техники, в которых подразумевается продажа.





## **Техника закрытия «РЕКОМЕНДАЦИЯ»**

«До того, как мы обсудим сумму, хочу спросить: знаете ли Вы кого-то, кто хочет купить новую или поддержанную машину либо грузовичок?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Даёт покупателю преимущество при переговорах, поскольку покупатели верят в то, что они имеют право на тем лучшую сделку, чем больше они направят к вам людей. Кроме того, люди любят помогать другим и верят, что если они помогают, им тоже должны помогать.



## Техника закрытия «ДО КОПЕЕЧКИ»

«Нам не хватает всего 48,50 \$, чтобы всё было именно так, как Вы хотите. По сравнению с общей ценой и тем, сколько времени Вам будет принадлежать товар, 48 \$ – это крошечная сумма. Давайте это сделаем».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это используется тогда, когда разница в цене незначительная. Хорошо было бы, если бы у вас на столе была банка с деньгами, чтобы вы могли показать, какая это на самом деле небольшая сумма. Работает отлично, когда возражения касаются ежемесячных платежей или цены. Скажем, клиент возражает по поводу 3.000 \$ при сроке владения десять лет. Тогда это 300 \$ в год или 25 \$ в месяц. Эта техника закрытия заверяет покупателя в том, что это стоящая сделка.

См.: «Довести до абсурда», «Разбейте платёж на составляющие» и «Бенджамин Франклин».



## **Техника закрытия «ДОВЕСТИ ДО АБСУРДА»**

«1000 \$ в месяц — это всего 30 \$ в день. Вы будете жить в своём доме, каждое утро просыпаться в своём доме и каждую ночь ложиться в нём спать. Вы будете в нём строить свою жизнь, и Ваша семья будет в безопасности всего за 30 \$ в день».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Всегда сводите возражения к меньшим суммам. Покупатель всегда смотрит на большие суммы, а вам как раз не нужно этого делать! Как только покупатель принял решение, он почти всегда сможет выполнить задуманное, а после того, как клиент купит у вас, он потом неизбежно потратит ещё больше в других местах. Так что, ваша работа — логически обосновать и объяснить цифры, чтобы покупатель мог ответить «да».

См.: «До копейки», «Разбейте платёж на составляющие» и «Бенджамин Франклин».



## **Техника закрытия «ЛУЧШЕ ЖИТЬ БОГАТЫМ»**

«Лучше заплатить чуть больше и получить то, что Вы хотите, чем заплатить чуть меньше и допустить ошибку. Лучше жить богатым, чем умереть богатым. Мне нужно, чтобы Вы подписали вот здесь, и я подготовлю Ваш новый товар, чтобы Вы могли начать радоваться ему уже прямо сейчас».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это отличное закрытие и одно из моих самых любимых. Ему меня научил мексиканский торговец драгоценностями в Акапулько. Напоминает покупателю, что он не сможет взять богатства и деньги с собой в загробную жизнь. Соглашайтесь и закрывайте!

См.: «Деньги с собой не возьмёшь», «Поздравьте себя», все техники «Согласие», «Давайте Вы всё равно это сделаете», «Денег в мире — достаточно» и «Будьте благодарны».





## Техника закрытия «ДЕНЬГИ С СОБОЙ НЕ ВОЗЬМЁШЬ»

«Я согласен, что это недёшево, но деньги с собой не возьмёшь.  
Давайте это сделаем».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

В этом закрытии всё сводится к тому, что деньги нельзя взять с собой, когда человек уходит из жизни. Отлично работает на товарах не первой необходимости. Для большинства людей деньги — это очень странная вещь. Они придают им больше значения, чем своему собственному удовольствию и радости. Поэтому вы должны противопоставить этому явлению нечто ещё более загадочное — смерть!

См.: «Лучше жить богатым», «Поздравьте себя», все техники «Согласие», «Давайте Вы всё равно это сделаете», «Денег в мире — достаточно» и «Будьте благодарны».



## Техника закрытия «ДЕНЕГ В МИРЕ — ДОСТАТОЧНО»

«Я согласен, что это большие деньги, но на нашей планете нет нехватки денег. Есть нехватка счастливых людей, которым нравится их жизнь. Давайте завершим сделку».

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Это закрытие напоминает покупателю о том, что по-настоящему важно; в то время как деньги могут печататься, создаваться, зарабатывать, и не существует их нехватки, на самом деле важно — быть счастливым. Так же как техника закрытия «Деньги с собой не возмёшь», это отлично работает на товарах не первой необходимости. Также, техникой можно пользоваться, когда клиент покупает для своего бизнеса, поскольку надежда заработать больше денег в будущем важнее, чем сегодняшний бюджет. Обращайте внимание на положительное, а не на затрату.

См. : «Лучше жить богатым», «Поздравьте себя», все техники «Согласие», «Давайте Вы всё равно это сделаете», «Деньги с собой не унесёшь» и «Будьте благодарны».



## **Техника закрытия «ПРИЧИНЫ ДЛЯ ПОКУПКИ»**

«Простите, хочу Вас вот о чём спросить: Вы ищете причины для того, чтобы сделка состоялась, или чтобы она не состоялась?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Этой техникой стоит пользоваться, когда перед вами сложный покупатель, и он продолжает придумывать возражения, чтобы, по всей видимости, просто оказаться правым. Применяйте эту технику деликатно. Когда вы добились согласия покупателя с тем, что его интересуют причины закрыть сделку, спросите его, что это за причины, и обращайтесь внимание на положительное, а не на отрицательное. Этой техникой стоит пользоваться на поздней стадии переговоров.

См.: «Последний раунд», «Чем можно обосновать...» и «Если я смогу, то Вы...» и технику типа «Что нужно, чтобы состоялась продажа?» (этой техники нет в списке, но она описана выше в книге).



## **Техника закрытия «ЕСЛИ Я СМОГУ, ТО ВЫ...»**

«Если я смогу уладить каждое из Ваших возражений, Вы примете решение купить этот товар?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это стоит припасти для конца «игры»; никогда не пользуйтесь этой техникой раньше времени. Вы должны попытаться сделать так, чтобы покупатель увидел, что можно прийти к согласию — и как именно. Как только он скажет «да», узнайте все возражения и попробуйте справиться с каждым из них. Самое важное в любом закрытии — чтобы тот, кто принимает решение, мог себе представить, что он согласится. Пока это не случится — закрыть невозможно. Не пользуйтесь этой техникой чрезмерно.

См.: «Чем можно обосновать...», «Причины для покупки», «Последний раунд» и технику типа «Что нужно, чтобы состоялась продажа?»





## Техника закрытия «ПОСЛЕДНИЙ РАУНД»

«Какими должны быть условия и сумма, чтобы Вы согласились на эту сделку?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Применяйте эту технику тогда, когда кажется, что невозможно закрыть. Всегда пользуйтесь ею в конце, а не на ранней стадии, и не пользуйтесь ею чрезмерно. Очень часто те, кто ищут окольных путей, и те, кто слабо обучены продажам, злоупотребляют этой техникой.

См.: «Чем можно обосновать...», «Если я смогу, то Вы...», «Причины для покупки» и «Что нужно, чтобы состоялась продажа?».



## Техника закрытия «ЧЕМ МОЖНО ОБОСНОВАТЬ...»

«Чем можно оправдать и обосновать такую большую затрату?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это можно применять как пробное или окончательное закрытие, и в этом случае покупатель сам себя убеждает, когда объясняет вам, продавцу, почему покупка логична и обоснована. Этой техникой пользуются самые настоящие профессионалы, которые хотят знать правду и не «надеются, что сделка закрыта», а закрывают по-настоящему. Также, эта техника позволяет клиенту обосновать решение, и это очень важно, потому что даже покупки, основанные в основном на эмоциях, должны быть логически оправданы в глазах клиента, чтобы сделка оставалась закрытой.

См.: «Закреть продажу на замок», «Разбейте платёж на составляющие», «Довести до абсурда», «Бенджамин Франклин», «Рассказать / показать ещё раз» и техники «Сравнение».



## Техника закрытия «ЗАКРЫТЬ ПРОДАЖУ НА ЗАМОК»

«Есть ли причины, по которым Вы можете передумать?» или «Есть ли причины, по которым Вы не сможете сегодня вечером прийти (на встречу, забрать товар)?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника проверяет, нет ли невысказанных возражений, и действительно ли есть согласие и сделка завершена. Даже мастера продаж жалуются, что встречаются клиенты, которые потом передумывают. Лучше прямо сейчас узнать о каких-то соображениях или сомнениях. Обычно неопытные продавцы не рискуют пробовать эту технику, потому что они «надеются, что сделка закрыта», вместо того, чтобы её закрепить. Предхраняйте себя от того, что клиент передумает. Это прекрасно работает в том случае, если вы не можете передать ему товар в руки прямо сейчас.

См.: «Чем можно обосновать...», «Разбейте платёж на составляющие», «Довести до абсурда», «Рассказать / показать ещё раз» и техники «Сравнение».



## Техника закрытия «ЕСЛИ БЫ ВСЕ УСЛОВИЯ СОВПАДАЛИ...»

«Если бы все условия совпадали, какой бы Вы купили товар и у кого?»

«Почему?»

«А ещё по какой причине?»

«А ещё по какой?»

(Пока не закончатся ответы.)

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Это техника для того случая, когда покупатель говорит, что он нашёл тот же или похожий товар за меньшую цену. Уберите из возражения этот денежный фактор, спросив, у кого бы он предпочёл купить, если все условия были бы одинаковыми. В эту секунду половина покупателей скажет вам, что скорее купили бы у вас, потому что на самом деле товары не одинаковые. Остальные скажут вам, у кого они предпочли бы купить, и объяснят почему. Не принимайте самое первое объяснение — продолжайте искать. Иногда объяснения покупателя будут способствовать покупке у вас, а иногда — нет. По меньшей мере, вы поймёте, в чём дело, и можно ли с этим покупателем иметь дело (заключить сделку)!

См.: «Когда ценность выше цены», «Если цена совпадает», «Причины для покупки» и технику типа «Что нужно, чтобы состоялась продажа?».





## Техника закрытия «ЕСЛИ ЦЕНА СОВПАДЁТ»

«Если бы цена совпадала, то какой бы товар Вы предпочли иметь или с кем бы Вы хотели иметь дело?»

«По какой причине?»

«А ещё по какой причине?»

«А ещё по какой?»

(Пока не закончатся ответы — они не должны повторяться.)

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это та же самая техника, что и предыдущая («Если бы все условия совпадали...»). В данном случае вы обязуете покупателя принять решение о том, с кем он хочет иметь дело. Узнайте почему и уладьте эту причину. И эта техника, и предыдущая («Если бы все условия совпадали...») выявят возражения, о которых вы даже не подозревали.

**ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ:** Когда вы предполагаете, что цена одинакова, никогда не задавайте вопрос так, что клиенту придётся придумывать, что ему рассказали в другом месте: например, какое предложение, с какими качествами или какая там была цена! Если клиент расскажет вам выдумку, он никогда затем не сможет у Вас купить.

См.: «Когда ценность выше цены», «Если бы все условия совпадали», «Причины для покупки» и технику типа «Что нужно, чтобы состоялась продажа?».



## Техника закрытия «СПИСОК УСЛОВИЙ»

(«Сделайте мне копию с условиями, и я подумаю».)

«С удовольствием сделаю Вам копию. Секундочку – я сейчас вернусь».

(Делаете копию и возвращаетесь.)

«Дорогой покупатель (по имени), пока я делал Вам копию, я понял, что если бы этот товар был именно тем, что Вы хотите, и если бы сумма Вам прекрасно подходила, то я бы сейчас не делал копию, а договаривался о числе доставки и установки. Что же не так?»

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Это техника для мастеров — вы принимаете возражение и будто бы даёте покупателю время «расслабиться». Как только вы возвращаетесь со списком условий, то сразу же снова начинаете закрывать. Людям не нужно что-то ещё рассматривать; обычно это для них повод не принимать решения. Ещё в это время хорошо подключить второго человека, чтобы выявить настоящие возражения.

См.: техники «Мне нужно подумать», «Оставьте мне какие-нибудь документы», «Выудите возражение», «Не могу поверить» и «Я не сдамся».



## **Техника закрытия «ОСТАВЬТЕ МНЕ КАКИЕ-НИБУДЬ ДОКУМЕНТЫ»**

(«Оставьте мне какие-нибудь документы, и я подумаю».)

«Я бы с удовольствием, если бы я считал, что Вам это поможет. Но я думаю, что у такого человека, как Вы, уже и так стопка бумаг в 15 сантиметров на столе. Давайте примем решение — и за дело, чтобы Вы могли позаботиться обо всём остальном на Вашем рабочем столе. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Вы по-настоящему поможете покупателю лишь в том случае, если закроете продажу, чтобы он мог работать над другими проектами и не думать ещё о чём-то дополнительно. Согласитесь с ним, а затем — снова к делу: напомните ему, что у него уже и так куча дел, о которых надо думать. Лучший способ помочь покупателю — добиться от него решения.

См.: «Список условий»; техники, связанные со скидками и ценой; техники «Мне нужно подумать» и технику и «Я подожду».



## Техника закрытия «ВАЖНЫЙ ЧЕЛОВЕК»

«Поскольку Вы — важный и влиятельный человек в этом городе, мы сделаем для Вас кое-что, что не делаем ни для кого другого».

(Опишите предложение.)

«А теперь подпишите вот здесь и здесь».

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Всегда относитесь с искренним уважением к каждому покупателю и давайте ему это понять, но когда перед вами влиятельный человек, пользуйтесь этим фактом. Люди хотят чувствовать себя важными, и вот у вас есть хороший повод сделать что-то особенное — или по крайней мере ещё раз обосновать предложение, придать ему ценность и представить его в привлекательном свете.

См.: «По инерции...», «Давайте Вы всё равно это сделаете», «Поздравьте себя» и «Будьте благодарны».





## Техника закрытия «ПОСРЕДНИК»

«Если я смогу договориться об этом с фирмой, то Вы согласитесь завершить сделку прямо сейчас? Подпишите вот здесь и здесь, а я попробую получить одобрение компании».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Техника «Посредник» может прекрасно работать, но пользуйтесь ею в меру, потому что иначе это быстро превратится в бессмысленную игру и надоест покупателю. В данной технике вы направляете внимание клиента на то, что вы работаете на него, чтобы всё срослось! Многим покупателям нравится думать, что вы — их посредник или агент, и что вы стараетесь что-то для них сделать.

См.: «Рекомендация» и «Если я смогу, то Вы...» и все техники, в которых подразумевается продажа.



## **Техника закрытия «ДОСТАВЬТЕ СЕБЕ УДОВОЛЬСТВИЕ...»**

«Конечно, это дорого и такие покупки делают не каждый день. Доставьте себе удовольствие. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Все люди думают, что их жизнь — мука, и в ней не хватает радости. Воспользуйтесь этим, и когда клиент заикнется на деньгах, напомните ему, что стоит не забывать жить, и делать это надо с радостью и удовольствием.

См. «Лучше жить богатым», «Деньги с собой не возьмишь», «Денег в мире — достаточно», «Работали, чтобы заслужить...» и «Будьте благодарны».



## **Техника закрытия «РАБОТАЛИ, ЧТОБЫ ЗАСЛУЖИТЬ...»**

«Да, я знаю, что это дорого! Именно поэтому такие люди, как Вы, и работают так много и усердно, чтобы заслужить право на качество. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Такое впечатление, что все думают, что жизнь — сплошное страдание и что они недостаточно радуются жизни. А ещё они думают, что слишком много работают. Воспользуйтесь этим! Когда покупатель заикливается на деньгах, напомните ему, зачем он так много и усердно работает. Есть лишь два слоя населения, которые не превышают свой бюджет: самые богатые люди и те, кто голодает. Остальные из нас тратят больше, чем следует.

См. «Лучше жить богатым», «Деньги с собой не возьмишь», «Денег в мире — достаточно», «Доставьте себе удовольствие...» и «Будьте благодарны».



## **Техника закрытия «ВЫ ЭТО ЗАСЛУЖИЛИ»**

«Я знаю, что это дорого, но Вы это заслужили. А если уж Вы не заслужили, я не знаю, кто ещё это заслужил. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника очень похожа на предыдущие две («Доставьте себе удовольствие» и «Работали, чтобы заслужить...»), и она основывается на вере людей в то, что они заслуживают награду. Люди каждый день используют это оправдание, чтобы доставлять себе удовольствие тем, что им на самом деле не нужно. Это прекрасное оправдание среднего класса для того, чтобы раскошелиться, и вы должны воспользоваться этим, потому что другие ребята — ваши конкуренты — этим точно воспользуются.

См. «Лучше жить богатым», «Деньги с собой не возмёмшь», «Денег в мире — достаточно», «Доставьте себе удовольствие...», «Давайте Вы всё равно это сделаете», «Работали, чтобы заслужить...» и «Будьте благодарны».





## **Техника закрытия «Я ХОЧУ СКИДКУ» («Слишком высокая цена».)**

«Именно поэтому и стоит завершить сделку прямо сейчас и стать хозяином товара, чтобы Вы могли им сразу пользоваться и радоваться ему. Подпишите вот здесь, здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника непонятна большинству людей, когда они в первый раз с ней сталкиваются, и тем не менее, она очень мощная и пользуется как бы обратной логикой. Представьте себе, что борец пользуется весом соперника, чтобы бросить его лопатками на мат. Причина возражения и есть причина заключить сделку! Когда вы научитесь успешно применять эту технику, знайте, что вы поднялись на новый уровень в продажах.

См.: «Давайте Вы всё равно это сделаете», «Сделайте это ради меня», «Дополнительная услуга», все техники «Давление» и все техники, в которых подразумевается продажа.



## Техника закрытия «В ИТОГЕ»

«Александр, я напомним Вам всё то, что у Вас будет:  
полная библиотека образовательных пособий и материалов;  
весь материал в аудиоверсии;  
весь материал в видеозаписи;  
все учебные пособия;  
бесплатный телефон, по которому можно звонить, чтобы Вам помогли.

А теперь распишитесь вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Не жалеете времени, и до того, как закрывать, запишите ВСЁ, что получает покупатель — каждое качество, каждый пункт и преимущество. Это придаёт ценности предложению, показывает весь его диапазон и обращает внимание на ваше старание помочь покупателю. Записывайте эти пункты по мере того, как вы о них рассказываете. Это поднимает ценность, придаёт реальности покупке и поднимает уровень необходимости и срочности.

См.: «Я хочу скидку», «Бенджамин Франклин», «Качество», «Так или иначе...» и все техники «Согласие».



## **Техника закрытия «БЕЗ ПЕРВОГО ВЗНОСА» («У меня сейчас нет денег».)**

«А Вы согласны стать хозяином этого нового товара, если мы сможем организовать кредит без первого взноса? Если да, то подпишите здесь, что Вы согласны со всеми суммами».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Можно специально сделать предложение так, что всплывёт это возражение, и вы разделаетесь с ним при закрытии и, таким образом, уберёте повод не покупать. Найдите кредит покупателю и уберите это возражение о деньгах. Меня потрясает то, сколько продавцов не берут на себя ответственность за то, чтобы найти клиенту деньги. Сегодня сама продажа — лишь половина дела. Найдите мне кредит, и я — ваш покупатель!

См.: «Только на Ваше имя», «Если я смогу, то Вы...» и технику типа «Что нужно, чтобы состоялась продажа?».



## Техника закрытия «БЕНДЖАМИН ФРАНКЛИН»

«Я понимаю, что это весьма трудное решение. Говорят, что Бенджамин Франклин, один из «отцов-основателей» США\*, записывал преимущества и недостатки на листе бумаги, когда нужно было принимать серьёзное решение – тогда он мог по-настоящему оценить всё и знал, как правильно поступить.

(Даёте клиенту лист бумаги.)

Итак, какие у этой покупки преимущества и недостатки? Если преимуществ больше, то давайте завершим сделку. Если нет — то не стоит тратить эти деньги!»

Преимущества:

- 1) экономит деньги;
- 2) расширяет бизнес;
- 3) необходимо для нас.

Недостатки:

- 1) стоит 10.000 \$.

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Говорят, что Франклин поступал так каждый раз, когда ему нужно было принять непростое решение. В данном случае вы просите покупателя всё записать и чисто логически оценить правильность покупки. Это прекрасная техника, она позволяет клиенту наглядно убедиться в реальности ситуации.

См.: «Чем можно обосновать...» и техники «Сравнение».

---

\* Отцы-основатели – государственные деятели в начале существования США, которые стояли у истоков Декларации независимости (документа, который провозгласил независимость США от Великобритании) и Конституции США.





## **Техника закрытия «СРАВНЕНИЕ ВЛОЖЕНИЙ»**

«Давайте сравним то, что у Вас есть сейчас, с новым уровнем, на который Вы поднимаетесь. Вот факты: сейчас Вы платите 2.600 \$ в месяц, а Ваша новая оплата будет 5.000 \$ в месяц. Давайте логически рассмотрим, что Вы за это получаете...»

Лучший район.

Более безопасное место.

Более современный дом.

Всю совершенно новую бытовую технику.

Более высокую ценность дома при перепродаже.

Разницу в оплате всего лишь в 80 \$ в день.

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Напишите всё это на бумаге прямо перед покупателем, чтобы он видел стоимость всего, что он получает за бóльшую сумму. Всегда записывайте всё — и положительное, и отрицательное.

См.: «Бенджамин Франклин», «Чем можно обосновать...», «Вы это заслужили», «Сравнение», «Лучше жить богатым» и «Будьте благодарны».



## Техника закрытия «СРАВНЕНИЕ»

«Я бы предпочёл, чтобы Вы платили на 1.000 \$ больше за то, что Вам очень нравится, чем 4.000 \$ за то, из чего Вы уже «выросли» и что Вас не устраивает. Ведь Вы же знаете, что рано или поздно Вы всё равно замените то, что у Вас есть. Так давайте же действовать».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это мощная техника, при которой мы сравниваем то, что у человека есть сейчас, с тем, что он хочет, но дело в цене или в его бюджете. Чуть ли не каждый человек платит почти при любой покупке больше, чем хочет. Закрывайте с помощью той идеи, что клиент при этом делает шаг вперёд и вверх, а также убеждайте его, что это всё равно неизбежно.

См.: «Бенджамин Франклин», «Чем можно обосновать...», «Вы это заслужили», «Сравнение вложений», «Лучше жить богатым» и «Будьте благодарны».



## Техника закрытия «ОДИНАКОВЫЙ ТОВАР» - 1

(«Ваш товар лучше, но у конкурентов лучше цена».)

«Хорошо. Если бы цена была одинаковой, то у кого Вы бы предпочли купить товар?

(«У вас».)

«Почему так?»

(«Потому, что мне он больше нравится».)

«А почему именно?»

(«Он кажется больше и роскошней».)

«А ещё почему?»

(«Потому что обогреватель уже встроен».)

«А ещё почему?»

(«Потому что у вас пожизненная гарантия».)

«Хорошо, тогда Вы понимаете, почему наш дороже. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Пусть клиент сам продаёт себе. Не спорьте с ним и не задавайте вопросов, отвечая на которые он покажется лжецом. Просто спросите его, какой бы он предпочёл купить товар. И он сам вам расскажет все те причины, по которым он предпочитает купить ваш товар.



## Техника закрытия «ОДИНАКОВЫЙ ТОВАР» - 2

(«Их товар лучше, у конкурентов лучше цена».)

«Хорошо. Если цена была бы одинаковой, то у кого Вы бы предпочли купить товар?»

(«У них».)

«Почему так?»

(«Потому, что мне он больше нравится».)

«А почему именно?»

(«Он кажется больше и роскошней».)

«А ещё почему?»

(«Потому что обогреватель уже встроен».)

«А ещё почему?»

(«Потому, что у них пожизненная гарантия».)

«Идёмте за мной. Я хочу Вам кое-что показать».

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Прекращайте закрывать — вы рассказываете не о том товаре. Когда покупатель говорит, что дело в лучшей цене, то очень часто он имеет в виду не более низкую цену, а более высокую ценность (за какую-то цену). Ваш покупатель не убеждён, что Ваш товар для него наилучший. Нередко случается, что покупателю показывают слишком дешёвый товар или недостаточно хороший товар и, таким образом, теряют сделку.





## **Техника закрытия «СЕЙЧАС ИЛИ ПОТОМ»**

«Давайте рассмотрим стоимость сейчас и потом... Сегодня это стоит 300.000 \$. Позднее это будет стоить где-то на 6 % больше, поскольку в конце года цены будут повышены. Это значит, что общая сумма будет выше примерно на 18.000 \$, а ежемесячный платеж — на 400 \$. Вам не стоит впустую тратить такие деньги, не говоря уже о том, что Вы, Ваша компания и Ваши клиенты будут сейчас получать пользу от продукции без лишних затрат. Давайте поступим разумно. Подпишите вот здесь, пожалуйста».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Продавайте на эмоциях, закрывайте логикой.

См.: «Чем можно обосновать...», техники «Ассортимент», «Раньше или позже», «Давайте доделаем дело», «Не будет лучшего времени» и все техники, связанные с ценой.



## Техника закрытия «ВЫУДИТЕ ВОЗРАЖЕНИЕ»

«Если бы Вас всё устраивало, Вы бы решили купить товар прямо сейчас?»

(«Да».)

«Так в чём же дело: в цене, в кредите, в самом товаре, в условиях, во мне или в компании?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Всегда докапывайтесь до возражения под конец сделки, никогда не делайте это на ранней стадии. Эта техника проверяет, насколько искренне у клиента желание купить. Ответ «да» на вопрос выше говорит о том, что что-то не так. Начинайте с начала.

См.: «Чем можно обосновать...», «Причины для покупки» и технику типа «Что нужно, чтобы состоялась продажа?».



## **Техника закрытия «ВЫ ОБ ЭТОМ ЗНАЛИ»**

«Я согласен, что это дорого, но Вы уже знали об этом до того, как прийти. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Перестаньте превращать недовольство клиента в возражение. Даже богачи жалуются на дороговизну. И люди, и компании выходят за свой бюджет, а затем жалуются, что следующая покупка слишком дорогая, и всё равно покупают всё то, что для них как будто слишком дорого. Согласитесь, пренебрегите комментарием и закройте продажу. Если это настоящее возражение, то нужно будет предложить другие товары в вашем ассортименте, чтобы продолжать продажу и закрытие.

См.: «Я хочу скидку», «По инерции...», «Радуйтесь тому, что...», техники «Ассортимент» и все техники, связанные с ценой.



## **Техника закрытия «РАДУЙТЕСЬ ТОМУ, ЧТО...»**

«Г-н Покупатель (имя человека), я согласен, что это дорого. Радуйтесь тому, что Вы и Ваша компания вообще можете рассмотреть этот вариант. Некоторые фирмы заколачивают двери, а есть люди, которые не знают, что будут есть на ужин. Они бы всё отдали, чтобы оказаться на Вашем месте. Вы в состоянии приобрести и насладиться своим новым / своей новой / своими новыми \_\_\_\_\_ . Вы много и усердно работали, заслужили это и можете себе это позволить. Так что радуйтесь этому. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это для серьезных игроков — таких, как вы. Хватит уже «покупаться», хватит того, чтобы вам продавали идеи, а не вы продавали. Согласитесь с покупателем и обратите его внимание на то, что он способен принимать серьезные решения.





## **Техника закрытия «ПЕРЕДУМАЛ...» («Мы передумали, мы слишком торопимся».)**

«Ничего страшного. Вот что можно сделать: можно на некоторое время отложить решение. Что ж, это облегчение, не правда ли? Со мной то же самое постоянно случается. Я знаю, что я хочу, а когда приходит время принять окончательное решение — я боюсь, что делаю неверный выбор. Скажите, пожалуйста...

1) ...Как Вы думаете, эта машина действительно Вас во всём устраивает и удовлетворяет?»

2) «Она для Вас доступна?»

3) «А теперь самый важный вопрос: заслуживаете ли Вы того, чтобы себя наградить?» Или «Пора ли компании уже расширяться?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Часто случается, что у клиента начинаются сомнения, и он передумывает, а продавец, который думал, что дело сделано — падает духом. В таком случае нужно действовать очень профессионально, и эта техника как раз подходит. Согласитесь с клиентом, а затем — снова беритесь за дело и закрывайте!

См.: все техники категории «Увёртки из-за мужа или жены», «Так или иначе...» и все техники, связанные с ожиданием и задержками.



## Техника закрытия «Я подожду»

«Конечно, у Вас на это есть полное право. Позвольте я просто расскажу Вам, что происходит, когда Вы ждёте.

Продукция всё равно нужна Вам и Вашей компании.

Вам дорого обходится то, что у Вас нет этой продукции.

Когда Вы уйдёте, ничего не изменится, кроме того, что вырастут цены.

Давайте уж завершим это, и дело будет сделано, потому что у Вас много дел, которые требуют Вашего внимания. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Согласитесь, а затем объясните, что происходит, когда кто-то решает подождать — на самом деле ничего хорошего. Вам нужно найти настоящее возражение.

См.: все техники «Мне нужно подумать», «Я хочу скидку», «Бенджамин Франклин» и «Сейчас или потом».



## **Техника закрытия КОГДА ЦЕННОСТЬ ВЫШЕ ЦЕНЫ... («У конкурентов дешевле».)**

«Я понимаю Вас и скажу Вам определённо, что есть огромная разница между нашим товаром и товаром конкурента. Как только Вы точно поймёте, в чём эта разница, Вы увидите, что я предлагаю Вам нечто гораздо ценнее того, что они Вам показывали. А когда ценность товара превышает его цену, то она сама перестаёт быть барьером».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

В таком случае как раз очень пригождается знать свой товар, свой уровень услуг и обслуживания и всё, что вы предложите покупателю — и обслуживание, и верную поддержку и всё остальное. Обязательно нужно разобраться, что именно Вы делаете для покупателя и продавать эти качества и услуги, иначе вас превзойдут в цене. Я слышал, как покупатели рассказывали мне, что могут купить точно такой же товар где-то ещё, а товар был даже ни капельки не похож. Не спорьте. Поднимайте ценность в глазах покупателя, покажите разницу в ценности, и вам не придётся закрывать лишь на основе цены.

См.: «Если бы все условия совпадали» и все техники, связанные с ценой.



## **Техника закрытия «ТРИ РАЗА СОГЛАСИЛСЯ, И — ВПЕРЁД!»**

«Вы согласны, что это именно тот товар, который Вам нужен?»

«Вы согласны, что рано или поздно Вам или Вашей компании всё равно придётся совершить эту покупку?»

«Вы согласны, что мы всегда хорошо Вас обслуживали?»

«Хорошо, тогда давайте действовать, поскольку Вы согласны, что это верное решение. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

В данном случае вы выстраиваете цепочку согласий для того, чтобы получить одно главное согласие. Вопросы придают скорость продаже, направляют её в нужную сторону и устремляют внимание клиента на положительное.





## Техника закрытия «МЕЛОЧИ»

«Вам нравится цвет?»

«А размер?»

«Как Вы думаете, Вы будете пользоваться этим товаром ежедневно?»

«Хорошо, тогда мы сейчас Вам его завернём, и всё будет готово. Подпишите вот здесь и здесь, пожалуйста».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Ищите мелочи, с которыми, как вы знаете, покупатель согласится. Когда он ответит «да» на вопросы о мелочах, то закрывайте.

См.: «Три “да” и затем...» и все техники, в которых подразумевается продажа.



## **Техника закрытия «КТО ВАС ЭТОМУ НАУЧИЛ?» («Мы не может себе это позволить».)**

«Кто научил Вас так думать? Вы можете добиться всего, чего угодно, и позволить себе всё, что угодно. Это говорите не Вы, должно быть — это кто-то другой. Давайте завершим сделку...»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Вы должны выразить полное недоумение, когда услышите его слова – будто вообще невозможно, что этот человек такое скажет. Может показаться, что это противоречит правилу о том, что всегда нужно соглашаться с клиентом, но на самом деле вы выражаете свою веру в то, что этот клиент может делать всё, что он только захочет. Чтобы вам удался такой приём, вы должны сами для себя разобраться в теме денег и прекратить рассказывать людям, что вы не можете себе чего-то позволить. Думайте по-крупному, закрывайте по-крупному.

См.: техники «Согласие», а также «Качество», «Вы об этом знали» и «Лучше жить богатым».



## Техника закрытия «СПОСОБНОСТЬ»

«Простите, но когда Вы мне сказали, что сегодня не можете этого сделать, то ошеломили меня. Передо мной редко сидел кто-либо компетентнее, способнее или умнее Вас. У меня каждый день бывают клиенты, которые не идут с Вами ни в какое сравнение по своей состоятельности. Так что давайте за дело... Подпишите вот здесь и здесь, пожалуйста».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Как и в предыдущей технике, вы придаёте клиенту сил и уверенности, когда не верите его словам, и, таким образом, отвергаете действительность его ответа. Очень часто те ответы, которые встречаются при закрытии, это всего лишь необдуманная реакция, а не настоящий отклик человека на ситуацию. Не придавайте значения этим словам и закрывайте.

См.: «Качество», «Кто Вас этому научил?», «Вы умны» и «Лучше жить богатым».



## **Техника закрытия «ВЫ УМНЫ»**

«Послушайте, Вы один из самых умных людей, с которыми я когда-либо вёл переговоры, и Вы знаете, что в жизни Вы принимали много разумных и обдуманных решений. Это будет ещё одно из них. Так давайте же действовать. Подпишите здесь и здесь, пожалуйста».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Как и раньше, вы подтверждаете то, что покупатель умён и способен принимать верные решения, и вы отказываетесь покупать на его реакции. Многие люди не умеют верить в себя, когда принимают решения, и если вы хотите закрыть сделку, то вы должны уметь вдохновить человека принять решение.





## **Техника закрытия «ПРИМИТЕ ВЕРНОЕ РЕШЕНИЕ» - 1**

«Я хочу, чтобы Вы приняли верное решение, потому что считаю Вас таким человеком, который гордится тем, что всегда поступает правильно и этично. Всю Вашу жизнь Вы принимаете верные решения, совершаете этичные поступки. Что ж, если эта покупка не из категории “правильных поступков”, то её не стоит делать, но мне кажется, что это не так. Давайте сделаем это, если Вы считаете поступок правильным».

Если покупатель говорит, что этот выбор — неправильный, то спросите: «А что неверно, что не так?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника показывает ваше понимание того, что покупатель хочет сделать верный выбор и подтверждает верность такого желания. Она может вам выявить скрытые возражения, касающиеся того, почему это для него может не являться лучшим решением. Это прекрасная техника для клиента, который упорствует в своей правоте и даже сильно спорит с вами.



## **Техника закрытия «ПРИМИТЕ ВЕРНОЕ РЕШЕНИЕ» - 2**

«Я хочу, чтобы Вы приняли верное решение, потому что считаю Вас таким человеком, который гордится тем, что всегда поступает правильно и этично. Вся Вашу жизнь Вы принимаете верные решения, совершаете этичные поступки и избегаете неверных решений и поступков. Что ж, если эта покупка не из категории “правильных поступков”, то не стоит её делать. Давайте рассмотрим её логически, чтобы помочь Вам принять верное решение. Почему это верный выбор? А почему неверный?»

(Составьте список и решите, что делать.)

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Опять же, мы выказываем понимание и хвалим желание человека принимать верные решения. А затем нужно составить список, похожий на тот, который делается при технике «Бенджамин Франклин».

См.: «Примите верное решение» - 1, «Способность», «Вы умны» и «Бенджамин Франклин».



## **Техника закрытия «НЕХВАТКА ТОВАРА»**

«Как Вы знаете, этот конкретный товар существует в ограниченном количестве, а спрос на него огромный, и мне важно, чтобы у Вас было именно то, что Вы хотите, так что давайте оформим бумаги».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Недостаток товара, желание быть первым и даже страх потери дают толчок этой технике. Но осторожно с такими приёмами, потому что сегодня потребители быстро устают от таких ходов.

См.: «Вы хотите быть первым или последним?», техники «Возможность выбора» и все техники, в которых подразумевается продажа.



## Техника закрытия «ЗАБИРАЮ ТОВАР»

«Я предлагаю Вам не покупать сейчас. Если Вы завтра вернётесь, и кто-то уже присвоил этот товар, то пускай это будет знак, что не судьба Вам им владеть».

(Откиньтесь от рабочего стола.)

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это похоже на технику «Нехватка товара», но только наоборот. Здесь вы больше рискуете, потому что предлагаете забрать товар у покупателя и предлагаете ему не покупать и закончить на сегодня. Тут уж лучше быть уверенным, что покупатель уверен в товаре и хочет его — до того, как играть с этой техникой. Это только для храбрых!

См.: «Нехватка товара», «Рано или поздно», «Вы хотите быть первым или последним?», техники «Примите верное решение» и техники «Возможность выбора».





## **Техника закрытия «ВЫ ХОТИТЕ БЫТЬ ПЕРВЫМ ИЛИ ПОСЛЕДНИМ?»**

«Дело в том, что Вы либо сейчас либо позже всё равно купите это, но Вы и так знаете, что рано или поздно Вам это будет нужно. Тогда такой вопрос: Вы хотите быть первым, кто сделает такую покупку, или последним? Давайте же завершим сделку, и пусть Вы будете первым».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Как и при всех техниках закрытия, разговор с покупателем должен быть о том товаре, в котором он уверен и который хочет. Когда Вы дошли до этой точки, то покупатель уже хочет товар, но не хочет принимать решения. Эта техника особенно хорошо работает, когда Вы знаете, что он всё равно купит этот товар, рано или поздно. Также, это очень подходит в ситуациях, когда товар только-только выходит на рынок, или в том случае, если ваши конкуренты, может быть, тоже начнут через какое-то время предлагать такие же услуги.

См.: «Нехватка товара», техники «Мне нужно подумать», «Давайте доделаем дело», «Рано или поздно» и «Забираю товар».



## **Техника закрытия «РАНО ИЛИ ПОЗДНО»**

«На самом деле, Вы сами знаете, что всё равно купите этот товар рано или поздно. Он Вам нужен, он очень нравится Вам, и Вы можете себе его позволить. Давайте сделаем это раньше, а не позже, и завершим дело».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Вам нужно разбираться в том, что — настоящее возражение, а что — просто какая-то реакция на то, что надо принимать решение. Большинство из того, с чем вы столкнётесь — просто реакции. Так что, держитесь уверенно в себе, направляйтесь к цели, в которой уверены, и закрывайте сделку.

См.: «Нехватка товара», техники «Мне нужно подумать», «Давайте доделаем дело», «Вы хотите быть первым или последним?» и «Я сделал всё, что мог».



## Техника закрытия «ДАВАЙТЕ ДОДЕЛАЕМ ДЕЛО»

«Конечно, можно подождать и не принимать сейчас решения, но я хочу уже доделать дело, чтобы Вы могли направить Ваше внимание на то, что для Вас важнее. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Вы думаете, что я слишком настойчив и никогда не соглашаюсь на «нет», и не верю в то, что это верное решение покупателя? Да, вы правы. Я верю в то, что покупатель убеждён и закрыт, и я закрою сделку и не сдамся, пока этого не произойдёт. Я знаю о людях достаточно, чтобы понимать, что они чувствуют себя неуверенно, пока они не убеждены и не приняли решения. Как только вы помогли им принять решение и закрыли продажу, они прекратят по-всякому реагировать, чтобы показать вам, почему они не могут купить.

См.: «Рано или поздно», «Не будет лучшего времени» и все техники, в которых подразумевается продажа.



## **Техника закрытия «НЕ БУДЕТ ЛУЧШЕГО ВРЕМЕНИ»**

«Самое лучшее время принять решение не настанет никогда, потому что Вы всегда будете чем-то заняты и всегда будет что-то происходить. Давайте прямо сейчас сделаем дело и всё разрешим, чтобы Вы могли сразу получать пользу от товара. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

У людей есть склонность добавлять время в свои действия — чтобы избежать решений сегодня, и им кажется, что завтра или позже будет более благоприятное время. Вы будете «покупаться» на это возражение в той степени, в какой вы сами откладываете дела в своей жизни. И в той степени, в которой вы не полностью убеждены в своём товаре, покупателю удастся убедить вас, что ему стоит подождать. Люди, которые в своей жизни добиваются могущества, принимают решения и переходят к следующему делу. Посмотрите в глаза тому факту, что не существует «самого лучшего времени». Ваш подход: «Это время сейчас. Давайте за дело — и завершим всё». Ведите себя уверенно и закройте сделку.

См.: «Вы хотите быть первым или последним?», «Рано или поздно», «Давайте доделаем дело» и техники «Мне нужно подумать».





## **Техника закрытия «Я НЕ МОГУ ПОЗВОЛИТЬ»**

«Я понимаю Вашу точку зрения, но я не могу позволить Вам уйти без этого товара. Это правильный выбор для Вас и Вашей компании. Я не стал бы вводить Вас в заблуждение, и Вы знаете, что это правильное решение. Мне нужна Ваша подпись вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника требует от продавца огромной самоуверенности. Её нужно применять энергично и молниеносно. Также, у вас с покупателем должен быть высокий уровень понимания и приятности, и вы должны быть полностью уверены, что этот товар — именно то, что нужно этому человеку.

См.: «Вы — владелец», «Рано или поздно» и техники, в которых подразумевается продажа.



## **Техника закрытия «ВЫ — ВЛАДЕЛЕЦ»**

«Я регистрирую это на Ваше имя и не позволю никому больше стать владельцем этого товара, потому что я знаю, что это верный и наилучший выбор для Вас. Как Вы хотите оплатить покупку?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это техника из категории «принимает продажу за данность», и в данном случае Вы настаиваете на покупке. Здесь нужен очень высокий уровень самоуверенности и прекрасные взаимоотношения с покупателем, и вы должны быть полностью уверены, что это для него правильный товар. Когда вы пользуетесь этой техникой — действуйте быстро.

См.: «Я не могу позволить», «Рано или поздно», «Забираю товар» и техники, в которых подразумевается продажа.



## Техника закрытия «ПОМОЩЬ ДРУГИМ»

«Пока Вы принимаете решение, я хочу сказать Вам, что это решение влияет не только на Вас, но и на других, и им Ваше сегодняшнее “да” принесёт пользу. Ваша покупка по-настоящему поможет этим людям (перечислите), а я знаю, что Вам нравится вносить свой вклад в жизнь других людей. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника закрытия привносит в решение главного покупателя ещё и других людей, а не только его самого. Вы используете тот факт, что он поможет другим — в надежде, что это повлияет на его решение действовать прямо сейчас.



## Техника закрытия «ОДОЛЖЕНИЕ»

«В конце концов, это, конечно, Ваше решение, но я хочу попросить Вас подумать вот о чём: то, что Вы примете решение сегодня, будет также и личным одолжением мне, потому что я, естественно, получу от этого пользу. А я сейчас не откажусь от помощи, и моя семья и я будем Вам очень благодарны. Пожалуйста, Вы не могли бы сделать мне такое личное одолжение и согласиться сейчас?»

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Некоторые люди готовы сделать что-то для других скорее, чем для себя. Лично я терпеть не могу отвечать «нет» продавцу, когда он просит меня о помощи. До того, как вы сможете воспользоваться этим закрытием и получить от него пользу, нужно не пожалеть времени и выстроить отношения с покупателем, и по-настоящему постараться ради него. Когда у вас уже есть эти отношения (понимание, приязнь), то эта техника весьма эффективна.





## Техника закрытия «УМОЛЯЮ»

«Я Вас умоляю сделать это сейчас. Вы не представляете себе, как сильно это поможет мне, моей семье и как оно повлияет на этот месяц».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Во многих странах мира порицается попрошайничество, и поскольку всех нас научили вести себя в обществе «верно» (подавили нас, иными словами), большинство читателей будут пренебрегать этой техникой. Но скажу вам, что я ни на секунду не задумаюсь, воспользоваться ли мне этой техникой, если она поможет покупателю приобрести мои товары и услуги. Я сделаю всё, что необходимо, чтобы завершить дело, не исключая того, что я копну глубже в ту часть души человека, которая хочет помочь другому! Я готов умолять, чтобы завершить сделку, но я не становлюсь умоляющим попрошайкой от того, что умоляю! К этой технике не нужно прибегать в самом начале, а скорее — в конце, когда вы не понимаете, почему покупатель не соглашается, и когда у вас больше уже нет никаких дельных техник, чтобы завершить сделку!

См. : «Одолжение», «Сделайте это ради меня», «Помощь другим» и все техники «Давление».



## Техника закрытия «ИГРА»

«Я прошу Вас сделать это сейчас, а не ждать, потому что мы играем в одну игру. Ваше решение сегодня очень сильно поможет моей команде, в которую Вы сейчас входите, победить. И от этого мы все выиграем и обойдём соперников. Я полагаюсь на Вас как на основного игрока, и на то, что Вы поможете нам выиграть... Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника прибегает к тому, что все хотят играть в игру и быть игроками выигрышной команды. Именно поэтому в моей компании у нас постоянно много разных игр, и часто мы звоним нашим клиентам, чтобы вовлечь их в игру. Это также помогает поддерживать положительный настрой и очень приподнятое настроение. Это похоже на техники «Умоляю» и «Комиссионные». Не стыдитесь прибегнуть к чему угодно, если это этично, чтобы завершить сделку! Подходите к делу творчески!

## Активное обучение:

Опишите точно, как лично вы примените это закрытие, чтобы представить свой товар, услугу, деловое предложение или идею:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Напишите, с какими возражениями вы можете столкнуться, когда примените данную технику закрытия, и какую ещё технику вы можете в этом случае использовать:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## **Техника закрытия «КОМИССИОННЫЕ»**

«Любая скидка теперь приведёт к тому, что мне не заплатят за эту сделку, а я знаю, что Вы этого не хотите. Вся прибыль, которая осталась — это мои комиссионные, а у меня нет другой зарплаты, и только так я содержу мою семью. Давайте, шеф, помогите мне. Я работаю целые день и ночь, чтобы позаботиться о моей семье, с той небольшой надеждой, что если я достаточно постараюсь, то когда-нибудь смогу жить так, как Вы».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Более вероятно, что люди захотят помочь другим и откажутся от дополнительной скидки по человеческим причинам, чем из-за самого товара.

См.: «Игра», «Умоляю», «Сделайте это ради меня», «Так или иначе», «Рано или поздно», все техники «Давление».



## **Техника закрытия «ПУСТЬ БАНК РЕШИТ»**

«Я вижу, что Вы беспокоитесь о деньгах. Могу предложить, что, раз дело в деньгах, то пусть решает банк. Если кредитор (или банк, или кредитная компания) одобряет заём (а я знаю, что не одобряют, если Вы уверены, что не осилите покупку), то завершим сделку. Если нет, то ничего страшного не случится. Подпишите здесь и здесь, и пускай решают займодатели».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника применяется, когда покупатель говорит, что всё дело в деньгах, и он думает, что он (или компания) не может себе сейчас позволить эту покупку. Пусть займодатель и будет решающим фактором при одобрении.

См.: все техники категории «Платежи», все техники, связанные с регулярными взносами и процентами.





## **Техника закрытия «ПЛЮШЕВЫЙ МИШКА»**

«Я предлагаю Вам взять это с собой домой, а когда Вы утром проснётесь, то решите — для Вас это или нет. Если решите, что нет, то просто вернёте, и ничего страшного!»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Этой техникой можно злоупотребить как оправданием не закрыть сделку, так что смотрите, чтобы пользоваться ею только в самой крайней ситуации. Вся её сила основана на том, что человек эмоционально сильно привязывается к чему-то. Это не сработает с товарами, к которым у него нет какого-то задушевного влечения. Повторю снова: слабый продавец будет злоупотреблять этой техникой для того, чтобы не закрыть продажу.

См.: «Рассказать / показать ещё раз», «Договор на будущее», техники «Мне нужно подумать» и техники «Примите верное решение».



## **Техника закрытия «ОЩУЩАЕТЕ-ОЩУЩАЛ-ОБНАРУЖИЛ»**

«Я понимаю, что Вы ощущаете. Я ощущал то же самое, а потом обнаружил, что больше этого товара не будет, что цена не снизится и на самом деле нужно просто завершить дело сейчас! Давайте же действовать».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника пропитана пониманием и участием. Расскажите про «ощущаете-ощущал-обнаружил», а потом вернитесь к тому, почему стоит завершить сделку всё равно. Прекрасная техника, и запомнить её легко. Я не знаю, кто её придумал, но я впервые услышал о ней от прекрасного консультанта по продажам Джеки Купера.



## Техника закрытия «КАЧЕСТВО»

«Я знаю, что это стоит больше, чем то, на что Вы рассчитывали, и думаю, что так происходит и с другими Вашими покупками. Совершенно очевидно, что Вы воплощаете в себе идею качества: Вы покупаете качественные товары, живёте в качественном месте, носите качественную одежду и понимаете, что всё качественное обходится дороже. Давайте же доделаем дело, чтобы Вы могли начать радоваться качеству товара».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

В этой ситуации как раз нужно продолжать продавать и рекламировать сам товар и обратить внимание на причину, по которой есть возражение о цене (причина — качество!). Пользуйтесь возражением и превратите его в причину завершить сделку!

См.: «Вы умны», «Вы об этом знали», «Лучше жить богатым» и все техники, связанные с ценой.



## **Техника закрытия «ДОГОВОР НА БУДУЩЕЕ»**

«Поскольку мне не удалось сегодня убедить Вас завершить сделку, то можно мы хотя бы точно решим и договоримся, что Вы заключите эту сделку со мной когда-нибудь в будущем?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника применяется, когда не удаётся закрыть сделку сейчас, и вы хотите добиться от покупателя обещания на будущее. Если он и этого не сделает, то дело не во времени соглашения, а скорее всего в том, что вы не обнаружили какое-то существующее возражение.

См.: «Плюшевый мишка», «Больше успевайте», «Рукопожатие», техники «Поспешное решение» плюс все техники «Давление».





## Техника закрытия «ГАРАНТИЯ ЦЕНЫ»

«Поскольку Вас беспокоит только цена, я хочу предложить Вам нашу гарантию, что если Вы уйдёте отсюда с нашим товаром и найдёте где-то лучшую цену, то мы дадим Вам такую же цену или ниже. Таким образом, мы гарантируем Вам наилучшую цену. Раз я развеял Ваше единственное беспокойство, то подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Естественно, что нужно сперва одобрить такое соглашение у руководства и договориться, что компания поддержит подобную гарантию о самой низкой цене. Такой способ очень распространён на сегодняшний день, чтобы обосновать цену при розничной продаже, и не стоит забывать о нём, потому что так можно подтолкнуть клиента к решению. Если бы дошло до того, что нужно дать ту же цену, что и конкуренты, чтобы спасти сделку и чтобы не было возврата, то кто угодно сделал бы это, — так проявите инициативу и примените это при закрытии.



## **Техника закрытия «СЕЙЧАС ИЛИ НИКОГДА»**

«Я делаю Вам это предложение именно сейчас, в эту секунду, и оно из серии “сейчас или никогда”, потому что я не смогу повторить предложение ни сегодня вечером, ни завтра, ни даже сегодня позже. У нас сейчас есть определённые льготы, и поэтому я могу сделать Вам сейчас это предложение, но оно истекает, как только Вы уйдёте. Так что давайте завершим сделку, чтобы Вы могли воспользоваться этими льготами».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это очень мощная техника, и пользоваться ею нужно очень выборочно, потому что при отказе покупателя ваша репутация пострадает, если позже Вы предложите ему тот же товар по той же цене. Чаще всего её применяют в переговорах одновременно с какой-то особенной причиной этих льгот, и в обмен за эту скидку Вы просите безотлагательного решения. Также, делать это нужно очень позитивно (не как противостояние), и не злоупотребляйте этой техникой.



## **Техника закрытия «Я СДЕЛАЛ ВСЁ, ЧТО МОГ»**

«Я сделал для Вас всё, что мог — нашёл именно тот товар, который Вы хотели и который отвечает всем Вашим требованиям; я сделал всё возможное, чтобы Вы покупали его на тех условиях, на которых Вы хотите, и я буду продолжать предоставлять Вам наилучшее обслуживание. А теперь я попрошу Вас сделать кое-что для меня — подпишите вот здесь и давайте двигаться дальше».

См.: «Рукопожатие», «Гарантия цены» и «Дополнительная услуга».



## **Техника закрытия «БОЛЬШЕ УСПЕВАЙТЕ»**

«Как только мы завершим сделку, у Вас будет больше возможности доделать другие дела, и Вы сможете больше времени уделить тому, что ещё не сделано. Давайте закончим наше дело, чтобы Вы могли заняться всем тем, что требует Вашего внимания!»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника прекрасно работает с высокоскоростными и «высоковольтными» людьми, которые знают, что чем больше они сделают, тем больше смогут сделать! Это просто одна из основных истин этой вселенной, и любой продавец, который применит это по отношению ко мне, сумеет закрыть меня.

См.: «Я сделал всё, что мог», «Дополнительная услуга» и все техники категории «Время».





## **Техника закрытия «РУКОПОЖАТИЕ»**

«Вы знаете, что этот товар соответствует Вашим требованиям, и знаете, что можете его себе позволить. Когда Вы его купите — лишь дело времени, так что давайте сейчас и завершим...»

(Протяните клиенту руку для рукопожатия в знак согласия и замолчите.)

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

В любой сделке настаёт миг, когда всё сводится к тому, чтобы сделать шаг в сторону согласия, подразумевая, что продажа закрыта. Посмотрите покупателю в глаза, протяните ему руку для рукопожатия, замолчите, и пускай он пожмёт вашу руку. Не убирайте руки, пока не будет согласия, и не говорите ни слова!

См.: «Я не могу поверить» и все техники, в которых подразумевается продажа.



## **Техника закрытия «ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УСЛУГА»**

«Я уже сделал для Вас всё, что мог, с точки зрения денег, но я могу предложить Вам дополнительную услугу, которую мы обычно не предоставляем. Например, ежегодно бесплатно проверять исправность, навестить Вас лично несколько раз и обучить Ваш персонал, звонить Вам еженедельно, чтобы убедиться, что Ваша новая покупка служит как нужно. Давайте же — вперёд!»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Для большинства людей хорошее обслуживание ценнее скидок. У скидок нет долгосрочной ценности, и их стоит избегать, кроме тех редких случаев, когда покупатель реагирует только на цену. Желательно, чтобы был ценный обмен, а не более низкая цена, так что прибегайте к дополнительным услугам, чтобы придать ценности своему предложению и чтобы покупатель почувствовал себя в выигрыше.

См.: «Качество», «Игра», «Умоляю», техники «Давление» и техники, связанные с принятием решения.



## Техника закрытия «ДАВЛЕНИЕ» - 1

(«Вы на меня давите?»)

«Пока что нет, но я готов прибегнуть к давлению, чтобы завершить дело сегодня. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Эта техника и эти слова подтверждают Вашу готовность прибегнуть к давлению, если нужно. Нет совершенно ничего страшного или неверного в том, чтобы в правильной мере надавить, если клиент неспособен принять решение. Больше сделок теряется из-за неготовности надавить, чем из-за того, что кто-то надавил. Если Вы готовы и умеете улаживать сопротивление и недовольство клиента давлением, то вы сможете продолжать прибегать к давлению.

См.: «Так или иначе», «Я не могу позволить», техники «Давление» и техники, связанные с принятием решения.



## **Техника закрытия «ДАВЛЕНИЕ» - 2**

(«Вы на меня давите?»)

«Пожалуйста, не путайте моё увлечение, мою настойчивость и уверенность в предложении с давлением. Я просто уверен, что это для Вас — правильный выбор. А теперь давайте действовать».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Ответьте на вопрос клиента быстро, с улыбкой на лице, и скажите ему, что он перепутал давление с увлечением. Никто не против уверенного и вдохновлённого человека. Вряд ли вы станете упрекать ребёнка в том, что он давит на родителя лишь потому, что ребёнок увлечённо на чём-то настаивает и хочет услышать «да».

См.: «Так или иначе», «Я не могу позволить», техники «Давление» и техники, связанные с принятием решения.





## Техника закрытия «ДАВЛЕНИЕ» - 3

(«Вы на меня давите?»)

«Ещё нет, но я не думаю, что не прибегну к давлению, если Вы окажетесь неспособны принять верный выбор. А теперь давайте завершим сделку».

(Передайте ручку.)

### ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:

Эта мощная техника, которая подтверждает вашу готовность прибегнуть к давлению, и тот факт, что давление — допустимое средство. Иногда одно такое подтверждение и угроза давления могут закрыть сделку. Не забывайте, что в данной ситуации ваш покупатель спрашивает о том, что происходит, а не возражает против этого.

См.: «Так или иначе», «Я не могу позволить», техники «Давление» и техники, связанные с принятием решения.



## Техника закрытия «ПОСПЕШНОЕ РЕШЕНИЕ» - 1

(«Я не принимаю поспешных решений».)

«Да, я понимаю, но на самом деле на данный момент нельзя сказать, что решение, которое Вы сейчас примете, будет поспешным. Мы с Вами уже три раза встречались, чтобы обговорить это предложение. Вы, Ваши сотрудники и мои сотрудники часами обсуждали возможности. А теперь давайте действовать».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Это последняя попытка клиента убедить вас, что можно сейчас не принимать решение, а ваш ответ будет зависеть от того, насколько «рассудительно» вы отнесётесь к фактам. Чаще всего в таком случае было потрачено уже более чем достаточно времени на презентацию и предложение, и согласие на данный момент уже никак не будет поспешным. Улыбнитесь, усмехнитесь, когда говорите эти слова, и следите, как всё случится будто по волшебству.

См.: «Так или иначе», «техники «Давление», «Поспешные решения», «Мне нужно подумать» и все техники, связанные с принятием решения прямо сейчас.



## Техника закрытия «ПОСПЕШНОЕ РЕШЕНИЕ» - 2

(«Мы никогда не принимаем поспешных решений».)

«Я согласен, и если Вы сейчас отвечаете “да”, то никак нельзя сказать, что это поспешное (необдуманное) решение. Вам уже не один год нужен этот товар. Сейчас это решение не просто не поспешное, а самое что ни на есть разумное, логичное и, если честно, единственное возможное. Подпишите вот здесь и здесь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Покажите, что вас не сбить с толку. Воспользуйтесь тем, что клиент пытается взывать к «здравому смыслу» и закройте с помощью фактов. Большинство людей не принимает поспешных решений; они наоборот слишком долго бездействуют. Не бойтесь говорить правду при закрытии.

См.: «Так или иначе», «техники «Давление», «Поспешные решения», все техники «Мне нужно подумать» и все техники, связанные с принятием решения прямо сейчас.



## **Техника закрытия «НИКАК НЕ СВЯЗАНО С РЕШЕНИЕМ» («Не надо никогда принимать поспешные решения...»)**

«Я понимаю Вас и согласен с Вами, но на самом деле есть лишь всего несколько причин, почему Вы сегодня не завершите сделку, и ни одна из них не связана с Вашей способностью принимать решения. Можно я расскажу Вам о них?

Недостаточно уверены в товаре.

Не подходит цена или условия.

Вы не доверяете мне или компании.

Которая из причин?»

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Хватит уже позволять клиенту откладывать миг закрытия — узнайте у него, в чём настоящее возражение, недовольство или колебание. Это прекрасная техника, и когда Вы ею воспользуетесь, клиент вас зауважает. Люди сторонятся решений либо потому, что у них недостаточно уверенности в своей способности принимать правильные решения, либо потому, что их до сих пор что-то не устраивает.

См.: «Так или иначе», техники «Давление», «Мне нужно подумать», «Поспешные решения» и все техники, связанные с принятием решения (и с принятием решения прямо сейчас).





## **Техника закрытия «ТАК ИЛИ ИНАЧЕ...»**

(«Я не буду сейчас принимать решение...»)

«Я понимаю, но так или иначе Вы принимаете решение. Вы сейчас либо примите решение, что у Вас останется то, что у Вас есть, либо примите решение обзавестись тем, что Вы заслуживаете. В любом случае, Вы потратите деньги, в любом случае у Вас есть обязательство, и в любом случае Вы принимаете решение. Всё дело в том, наградите ли Вы себя тем, что Вам нужно (чего Вы хотите) и чего Вы заслуживаете, или Вы просто оставите себе старую вещь».

### **ПОДСКАЗКА ОТ ГРАНТА:**

Ваш клиент уже и так за что-то платит до переговоров с вами; вопрос на самом деле лишь в том, за что он будет платить. Все решения чего-то стоят. Ничего не делать — чего-то стоит, и новый товар чего-то стоит. Пользуйтесь этой техникой, чтобы поправить образ мышления покупателя, и объясните ему, что у каждого решения есть своя стоимость.

См.: все техники категории «Время» и «Увёртки», техники «Поспешное решение» и «Примите верное решение» и все техники, связанные с принятием решения.



# Предметный указатель техник закрытия

## Основные техники закрытия

«Доставка» .....	86
«Проверка».....	88
«Платежи» .....	92
«От платежей к общей сумме».....	94
«Процент».....	96
«Оборудование» .....	98
«Паспорт на владение / регистрация товара» .....	100
«Документы» .....	102
«Увёртки из-за мужа или жены» - 1 .....	104
«Увёртки из-за мужа или жены» - 2 .....	106
«Отсутствующая сторона» - 1 .....	112
«Второй игрок» - 1 .....	120
«Завершение сделки немедленно» .....	124
«Согласие» - 1 .....	126
«Согласие» - 2 .....	128
«Поздравьте себя» .....	126
«Давайте вы всё равно это сделаете» .....	138
«Ассортимент: на марку ниже».....	144
«Ассортимент: на марку выше» .....	146
«Разбейте платёж на составляющие».....	152
«Бюджет» - 1 .....	154
«Бюджет» - 2 .....	156
«Только на ваше имя».....	170
«Мне нужно подумать» - 1 .....	176
«Мне нужно подумать» - 2 .....	178
«Рассказать / показать ещё раз» .....	186
«Три “да” и затем...» .....	194
«Рекомендация» .....	196
«До копеечки» .....	198

«Довести до абсурда».....	200
«Лучше жить богатым» .....	202
«Деньги с собой не возьмишь» .....	204
«Денег в мире — достаточно» .....	206
«Если я смогу, то вы...» .....	210
«Последний раунд» .....	212
«Если бы все условия совпадали...» .....	218
«Если цена совпадёт» .....	220
«Посредник».....	228
«Доставьте себе удовольствие...».....	230
«Работали, чтобы заслужить...» .....	232
«Вы это заслужили» .....	234
«В итоге» .....	238
«Без первого взноса» .....	240
«Бенджамин Франклин» .....	242
«Сравнение вложений» .....	244
«Одинаковый товар» - 1 (ваш товар лучше).....	248
«Одинаковый товар» - 2 (их товар лучше).....	250
«Выудите возражение» .....	254
«Радуйтесь тому, что...» .....	258
«Три раза согласился, и — вперёд!».....	266
«Нехватка товара».....	280
«Забираю товар» .....	282
«Не будет лучшего времени» .....	290
«Вы — владелец».....	294
«Комиссионные».....	304
«Пусть банк решит».....	306
«Плюшевый мишка» .....	308
«Ощущаете-ощущал-обнаружил» .....	310
«Гарантия цены» .....	316
«Больше успевайте».....	322
«Поспешное решение» - 1 .....	334
«Поспешное решение» - 2 .....	336

## Продвинутые техники закрытия

«Шкала от 1 до 10».....	90
«Увёртки из-за мужа или жены» - 3.....	108
«Увёртки из-за мужа или жены» - 4.....	110
«Отсутствующая сторона» - 2.....	114
«Страховка» .....	116
«Совет второго собеседника» .....	118

«Второй игрок» - 2.....	122
«Согласие» - 3.....	130
«Это не последний раз».....	132
«Будьте благодарны» .....	134
«Это не какая-то там болезнь» .....	140
«Сделайте это ради меня».....	142
«Возможность выбора» .....	148
«Разбейте платёж на составляющие».....	152
«Бюджет» - 3 .....	158
«Бюджет» - 4 .....	160
«Бюджет» - 5 .....	162
«Предположим, что долг — ноль» .....	164
«Выплатить остаток».....	166
«Отложить платёж» .....	168
«По инерции...».....	172
«Надо помолиться» .....	174
«Мне нужно подумать» - 3.....	180
«Мне нужно подумать» - 4.....	182
«Мне нужно подумать» - 5.....	184
«Извинение».....	188
«Не могу поверить».....	190
«Я не сдамся» .....	192
«Причины для покупки» .....	208
«Чем можно обосновать...» .....	214
«Закреть продажу на замок» .....	216
«Список условий».....	222
«Оставьте мне какие-нибудь документы» .....	224
«Важный человек».....	226
«Я хочу скидку».....	236
«Сравнение».....	246
«Сейчас или потом» .....	252
«Вы об этом знали» .....	256
«Передумал...» .....	260
«Я подожду».....	262
«Когда ценность выше цены...» .....	264
«Кто вас этому научил?».....	270
«Способность».....	272
«Вы умны» .....	274
«Примите верное решение» - 1 .....	276
«Примите верное решение» - 2 .....	278
«Вы хотите быть первым или последним?» .....	284
«Рано или поздно».....	286

«Давайте доделаем дело» .....	288
«Я не могу позволить» .....	292
«Помощь другим» .....	296
«Одолжение» .....	298
«Умоляю» .....	300
«Игра» .....	302
«Качество» .....	312
«Договор на будущее» .....	314
«Сейчас или никогда» .....	318
«Я сделал всё, что мог» .....	320
«Рукопожатие» .....	324
«Дополнительная услуга» .....	326
«Давление» - 1 .....	328
«Давление» - 2 .....	330
«Давление» - 3 .....	332
«Никак не связано с решением» .....	338
«Так или иначе...» .....	340

## Классические техники закрытия

«Три “да” и затем...» .....	194
«Рекомендация» .....	196
«Если я смогу, то вы...» .....	210
«Последний раунд» .....	212
«Закреть продажу на замок» .....	216
«Бенджамин Франклин» .....	242
«Три раза согласился, и — вперёд!» .....	266
«Нехватка товара» .....	280
«Плюшевый мишка» .....	308
«Ощущаете-ощущал-обнаружил» .....	310
«Рукопожатие» .....	324
Техники закрытия: деньги	
«Платежи» .....	92
«От платежей к общей сумме» .....	94
«Процент» .....	96
«Согласие» - 1 .....	126
«Согласие» - 2 .....	128
«Согласие» - 3 .....	130
«Это не последний раз» .....	132
«Будьте благодарны» .....	134
«Поздравьте себя» .....	136
«Давайте вы всё равно это сделаете» .....	138

«Это не какая-то там болезнь» .....	140
«Ассортимент: на марку ниже» .....	144
«Ассортимент: на марку выше» .....	146
«Возможность выбора» .....	148
«Возможность выбора: другой комплект» .....	150
«Бюджет» - 1 .....	154
«Бюджет» - 2 .....	156
«Бюджет» - 3 .....	158
«Бюджет» - 4 .....	160
«Бюджет» - 5 .....	162
«Предположим, что долг — ноль» .....	164
«До копеечки» .....	198
«Довести до абсурда» .....	200
«Лучше жить богатым» .....	202
«Деньги с собой не возьмёшь» .....	204
«Денег в мире — достаточно» .....	206
«Чем можно обосновать...» .....	214
«Если цена совпадет» .....	220
«Доставьте себе удовольствие...» .....	230
«Работали, чтобы заслужить...» .....	232
«Вы это заслужили» .....	234
«Я хочу скидку» .....	236
«Без первого взноса» .....	240
«Сравнение» .....	246
«Одинаковый товар» - 1 (ваш товар лучше) .....	248
«Одинаковый товар» - 2 (их товар лучше) .....	250
«Сейчас или потом» .....	252
«Вы об этом знали» .....	256
«Радуйтесь тому, что...» .....	258
«Когда ценность выше цены...» .....	264
«Кто вас этому научил?» .....	268
«Способность» .....	272
«Комиссионные» .....	304
«Пусть банк решит» .....	306
«Качество» .....	312
«Гарантия цены» .....	316
«Дополнительная услуга» .....	326
Техники закрытия: платежи	
«Платёжи» .....	92
«От платежей к общей сумме» .....	194
«Разбейте платёж на составляющие» .....	152
«Отложить платёж» .....	168

«Лучше жить богатым» .....	202
«Комиссионные» .....	304

## Техники закрытия: время

«Важный человек» .....	226
«Выудите возражение» .....	254
«Вы хотите быть первым или последним?» .....	284
«Рано или поздно» .....	286
«Давайте доделаем дело» .....	288
«Не будет лучшего времени» .....	290
«Договор на будущее» .....	314
«Сейчас или никогда» .....	318
«Больше успевайте» .....	322

## Техники закрытия: увёртки

«Увёртки из-за мужа или жены» - 1 .....	104
«Увёртки из-за мужа или жены» - 2 .....	106
«Увёртки из-за мужа или жены» - 3 .....	108
«Увёртки из-за мужа или жены» - 4 .....	110
«Отсутствующая сторона» - 1 .....	112
«Отсутствующая сторона» - 2 .....	114
«Надо помолиться» .....	174
«Мне нужно подумать» - 1 .....	176
«Мне нужно подумать» - 2 .....	178
«Мне нужно подумать» - 3 .....	180
«Мне нужно подумать» - 4 .....	182
«Мне нужно подумать» - 5 .....	184
«Извинение» .....	188
«Не могу поверить» .....	190
«Причины для покупки» .....	208
«Список условий» .....	222
«Оставьте мне какие-нибудь документы» .....	224
«Я подожду» .....	262
«Вы умны» .....	274
«Примите верное решение» - 1 .....	276
«Примите верное решение» - 2 .....	278
«Забираю товар» .....	282
«Я не могу позволить» .....	292
«Игра» .....	302
«Поспешное решение» - 1 .....	334



«Поспешное решение» - 2 .....	336
«Никак не связано с решением» .....	338
«Так или иначе...» .....	340
Техники закрытия: товар	
«Доставка» .....	86
«Проверка» .....	88
«Шкала от 1 до 10» .....	90
«Оборудование» .....	98
«Паспорт на владение / регистрация товара» .....	100
«Документы» .....	102
«Страховка» .....	116
«Завершение сделки немедленно» .....	124
«По инерции...» .....	172
«Рассказать / показать ещё раз» .....	186
«Если бы все условия совпали...» .....	218
«В итоге» .....	238
«Сравнение вложений» .....	244
«Мелочи» .....	268
«Вы — владелец» .....	294

# Об авторе

Грант Кардон — международный эксперт в области продаж, тренер и мотивационный лектор, а также автор книг, которые вошли в список бестселлеров газеты «Нью-Йорк Таймс». Он известен тем, что создаёт программы по продажам целенаправленно для конкретных организаций любой величины; а также тем, что помог сотням тысяч людей и организациям по всему миру. Компании из списка «Forture 500», предприниматели, некоммерческие организации и просто отдельные люди пользуются его техниками и методиками, чтобы повысить свою эффективность и ценность на рынке.

Кардон — звезда реалити-шоу «TurnAround King» (Король перемен) и регулярно выступает на телеканалах Fox News, CNBC, MSNBC и CNN. Более 25 лет он по всему миру ведёт семинары на темы продаж, успеха, финансов, недвижимости и мотивации. Грант полон энергии и читает лекции с запалом и юмором, поэтому его семинары не только развлекают и поддерживают интерес слушателей, но и приглашают их стать участниками.

Грант Кардон — генеральный директор двух компаний по консалтингу и обучению, а также владелец фирмы по инвестициям в недвижимость и строительство; стоимость имущества данной фирмы оценивается в более чем 100 миллионов долларов. Помимо данной книги, он написал ещё три, чтобы вдохновить людей, которые хотят добиться успеха: «Продай или продадут тебе» (The Closer's Survival Guide, 2009 год), «Если ты не первый, то ты последний» (If You're Not First, You're Last, 2010 год) и «Правило: в десять раз больше» (The 10X Rule, 2011 год).

Будучи верным традициям — создавать и воплощать новаторские инструменты, технологии и решения в сфере продаж — Грант запустил центр интерактивного виртуального обучения по последнему слову техники; его можно найти на сайтах [www.GrantCardone.ru](http://www.GrantCardone.ru) и [www.CardoneUniversity.ru](http://www.CardoneUniversity.ru).

Также автор активно участвует в общественных делах и получил награды заслуг от Сената и от Конгресса США, от округа Лос-Анджелес, от армии США и другие. Недавно в МТИ (Массачусетском технологическом институте) Кардон выступил перед членами Организации молодых пред-

принимателей, где были представители более 15 стран. Его речь транслировалась по всему миру на сайте UStream. А университет Мак-Низ присудил Кардону звание выдающегося выпускника.

Сейчас он проживает в Лос-Анджелесе со своей женой, актрисой Еленой Лайонс, и дочерьми.

# Глоссарий

Ниже вы найдёте многие слова, которые я употребляю в книге, а напротив самого слова — наилучшее его определение именно в данном контексте. Я специально не писал все определения данного слова. А также, вы найдёте этимологию (или происхождение, корни многих слов), потому что это помогает читателю понять слово и его историю.

Вот пример: возьмём слова «милый» и его английский аналог — 'nice». Слово «милый», возможно, сродни слову «малыш» и точно сродни латинскому «mitis» (кроткий). Слово «добрый» — сродни древнеисландскому слову «унылый». Ещё ярче получается с английским 'nice», потому что оно происходит от латинского 'nescius» (несведущий) и от 'nescire» (не знать). В таком случае, нет ничего странного, что когда кто-то называет вас «милым» продавцом, то этот человек ничего у вас не купит! И более понятными становятся такие выражения, как 'nice guys finish last» (милые ребята приходят последними), «добрых бьют» или «добротой не победишь».

Суть в том, чтобы пользоваться глоссарием, — потому что тогда вы ещё лучше поймёте книгу и мой замысел.

**АБСУРД** — что-то нелепое, нелогичное, бессмысленное. От латинского absurdus — то, чего не стоит слушать; ab — усиливает, surdus — глухой, бесчувственный.

**АРСЕНАЛ** — запас, наличие средств или возможностей (переносное значение). От итальянского arzenale — мастерская.

**АССОРТИМЕНТ** — различные товары, выбор продукции компании.

**БЕНДЖАМИН ФРАНКЛИН** — американский дипломат, политик, писатель, учёный, печатник.

**БЛАГОДАРНЫЙ** — который чувствует благодарность. Благодарность — чувство признательности к кому-то, чему-то за оказанное добро, внимание. От слов «благо + дарить, дар».

**БОЛЕЗНЬ** — расстройство здоровья, нарушение нормальной деятельности организма; особенно, когда есть определённые симптомы, когда затронута конкретная часть тела, когда это не просто результат травмы.

- БЮДЖЕТ** — примерный расчёт дохода и затрат на определённый период. От старофранцузского *bouge* — мешок, кошелёк. Современное значение появилось с 1733 г., когда существовало представление о том, что министр финансов хранит все финансовые планы в своём бумажнике.
- ВАЖНЫЙ** — с большим, особым значением, значительный; высокий по должности, статусу или влиянию.
- ВДОХНОВИТЬ** — побудить к действию, воодушевить.
- ВКЛАД** — 1) достижение в какой-то сфере; 2) вложенная сумма денег.
- ВЛИЯТЬ** — оказывать влияние; действовать на кого-то эмоционально либо рационально.
- ВОЗРАЖЕНИЕ** — выражение несогласия с мыслями или действиями; довод, мнение против чего-то.
- ВТОРОЙ ИГРОК** — (образно) человек, который помогает клиенту при решении, предоставляет информацию или участвует финансово.
- ВЫУДИТЬ** — достать, отыскать что-то, будто выловить удочкой. (*Выудить возражение.*)
- ДАВЛЕНИЕ** — энергичное воздействие на кого-либо с целью заставить сделать что-то, принудить.
- ДОБРЫЙ** — 1) охотно делящийся с другими своими средствами, имуществом и другим; щедрый (противоположность: жадный); 2) выражающий расположение, сочувствие. Связано с древнеисландским словом, которое означало «унылый, косный, ленивый, неподвижный».
- ДОВЕРИЕ** — уверенность в чьей-то добросовестности (честном выполнении обязательств), искренности, правильности чего-то; основанное на этой уверенности отношение к кому-то, чему-то.
- ЖДАТЬ** — оставаться на одном месте, бездействовать, откладывать действия до какого-то времени, или пока что-то не произойдёт.
- ЖИЗНЕННО ВАЖНЫЙ** — очень важный, крайне важный, самый существенный или просто необходимый. От идеи, что это важно для жизни, для выживания.
- ЗАВЕРШИТЬ** — довести до конца (часто большое или важное дело).
- ЗАИМОДАТЕЛЬ** — кредитор; тот, кто даёт займы.
- ЗАКРЫВАТЕЛЬ** — (неофициальное новое слово) человек, который умеет успешно и постоянно закрывать сделки.
- ЗАКРЫТЬ** — успешно завершить сделку.
- ЗАМОК** — устройство, которое накрепко закрывает дверь (в книге использовано образно).
- ЗАСЛУЖИТЬ** — делами, результатами стать достойным чего-то.
- ЗНАЧИМОСТЬ** — важность, значительная роль. (*Не придавайте значимости болтовне.*)
- ИЗВИНЯТЬСЯ** — просить прощения, давать понять, что была какая-то неудача или обида.

- ИТОГ** — общий результат всех действий, вывод. (*Мы долго мчались, и в итоге — ничего. Ты думал, думал, что ты надумал в итоге?*)
- КАЧЕСТВО** — стандарт чего-то, в сравнении с другими вещами того же рода; достоинство, степень пригодности, мастерства изготовления, совершенства. (*Какого качества машина? ...сок?*) Также, более конкретно — высокое качество. (*Он — человек качества.*) Также, это слово используется в книге во втором определении: признак, черта, дополнительный вариант товара. (*Какие качества вы хотите в новом автомобиле: люк, ручное управление, кожаные сидения?*)
- КОМПЕТЕНТНОСТЬ** — умение делать что-то успешно и эффективно. От латинского *competentia* — согласие, симметрия.
- КОНСУЛЬТАНТ** — эксперт, умелец, который даёт другим советы или помогает в деле, которое знает. С конца 17 века используется в значении — человек, который консультирует. От латинского *consultare* — советовать.
- КОНТРОЛЬ** — способность влиять на поведение других, направлять их действия; способность удерживать что-то, особенно свои собственные эмоции и действия. От латинского *contra* — против, и *rotulus*, уменьшительное от *rota* — колесо. Из средневековой системы проверки сумм и счетов при помощи второго реестра.
- ЛОГИКА** — наука о законах мышления; разумность, закономерность. От греческого *logos* — слово, расчёт, мысль.
- ЛОГИЧНЫЙ** — закономерный, разумный, последовательный. Закономерный — соответствующий законам (взаимной связи каких-то явлений). См. также ЛОГИКА.
- МАСТЕР** — специалист, достигший высокого умения, мастерства, искусства в какой-л. области. Мастерство — умение, владение профессией, трудовыми навыками (*Обучаться мастерству*); высокое искусство в какой-либо области (*Педагогическое мастерство. Достигнуть мастерства в своём деле*).
- МИЛЫЙ** — славный, привлекательный, приятный. Возможно, родственно слову «малыш».
- НАСТОЙЧИВЫЙ** — упорный, твёрдый в достижении чего-то, не принимающий отказа.
- НЕДОВОЛЬСТВО** — выражение неудовлетворения; жалоба.
- НЕЛОВКОСТЬ** — чувство стыда, стеснительности.
- НЕМЕДЛЕННЫЙ** — спешный, срочный, безотлагательный.
- ОБМЕН** — действие, при котором вы что-то даёте и что-то получаете (особенно вещи, близкие по ценности или по категории).
- ОБОСНОВАТЬ** — подкрепить доказательствами, доводами; объяснить разумность чего-то.

**ОПРАВДАНИЕ** — предлагаемая причина или объяснение, чтобы объяснить недостаток, обиду, или что-то неверное.

**ПОВТОРЕНИЕ** — действие, когда что-то делается снова, один или много раз. (*Повторенье — мать ученья. Хорошо учить повторением.*)

**ПОДРАЗУМЕВАТЬ** — предполагать, принимать за данность. Данность — то, что уже есть, действительность. (*Принимать продажу за данность.*)

**ПОДТВЕРДИТЬ** — дать подтверждение: действием, словами или знаком показать человеку, что вы услышали и поняли его слова, мысли или чувства.

**ПОМОГАТЬ** — оказывать помощь. Помощь — содействие, участие в чём-либо.

**ПОСВЯТИТЬ** — отдать, предназначить себя (внимание, силы, время) кому-то или какому-то делу.

**ПРЕВЫШАТЬ** — быть выше, лучше чего-то (*Превышать ожидания*).

**ПРЕЗЕНТАЦИЯ** — показ, демонстрация товара или идей. Здесь: показ товара или демонстрация услуги при продаже. От латинского *praesentare* — ставить перед.

**ПРИВЕРЖЕННОСТЬ** — преданность кому-то, чему-то. Тот факт, что человек полностью отдаёт себя кому-то, чему-то.

**ПРИЧИНА** — человек или вещь, которые вызывают действия, явления или состояние; разумное основание, предлог для каких-то действий.

**ПРОВЕРИТЬ** — осмотреть, чтобы исправить проблему или неполадку.

**ПРОИГРЫВАТЬ** — терпеть поражение в игре, соревновании, состязании.

**ПРОЦЕНТ** — сотая доля чего-то. При займах, кредите, ипотеке и т. д. — наценка на заём, стоимость и т. д. за месяц, год или другой срок, в обмен на заём. (*В банке высокие проценты при займе. Я согласен с вами на сто процентов (полностью)*). От латинского *per centum* — на сто.

**РАЗУМ** — способность логически и творчески мыслить; ум, интеллект, в противоположность чувствам. (*Послушайте голос разума. Похоже, что у него не было разума.*) Разумный — (о человеке) такой, который руководствуется разумом; (о поступке) логичный, обоснованный, основанный на разуме.

**РАССУДИТЕЛЬНЫЙ** — вообще, руководствующийся требованиями рас­судка, благоразумный. Но в книге я подразумеваю, что «относиться к чему-то рассудительно» — это принимать оправдания и соглашаться с ними, считать их действительными. И наоборот, «относиться к чему-то нерассудительно» — делать и выполнять задание во что бы то ни стало; даже выходить за пределы здравого смысла; не принимать причину, почему это невозможно.

**РАУНД** — определённый промежуток времени в боксе, когда идёт бой.

**РЕАЛЬНОСТЬ** — то, что есть, существует, что осязаемо. Что-то действительное, не воображаемое. (*Станет ли мечта реальностью? Реальность очень отличалась от учебников.*) От латинского *res* — вещь.

- РЕЗУЛЬТАТ** — следствие чего-то, конечный итог. От латинского *resul-tare* — прыгать обратно, отскакивать.
- РЕКОМЕНДАЦИЯ** — действие, при котором кто-то (например, клиент) советует знакомому куда-то обратиться. Вообще, рекомендовать — давать благоприятный отзыв о чём-то или просто советовать. От латинских слов: *re* — обратно, *com* — усиливает действие, *mandare* — доверять, от *manus* — рука, таким образом — доверять обратно кому-то в руки.
- РЕПЕТИРОВАТЬ** — предварительно что-то исполнять при подготовке к выступлению. Из латинского *repetere* — делать или говорить снова.
- РЕШАЮЩИЙ МИГ** — миг — мгновение, очень небольшой отрезок времени; решающий — такой, который решает, определяет. Решающий миг — такой миг, который определяет, как разрешатся события.
- РЕШЕНИЕ** — заключение, вывод о чём-то (необходимости действий) после обдумывания.
- СДАВАТЬСЯ** — признавать проигрыш, поражение; прекращать действие, игру; отказываться от цели. (*Воины не сдаются; шахматист сдался; продавец сдался.*)
- СЕЙЧАС** — в данное время, теперь, не позже, не потом. От слов «сей час» — этот час, настоящий, не прошедший.
- СОГЛАСИЕ** — единомыслие, общность точки зрения, гармония.
- СПОКОЙНЫЙ** — (о человеке, действии, манере поведения) не нервный, не рассерженный, без других отрицательных эмоций, уравновешенный; (о месте) мирный, в состоянии покоя.
- СПОСОБНОСТЬ** — талант, который позволяет человеку достичь цели; умение производить какие-то действия. (*Человек огромных способностей.*)
- СТАБИЛЬНОСТЬ** — отсутствие склонности к изменениям, переменам; устойчивость, постоянство. (*Она хотела стабильности в жизни. Ах, никакой стабильности в этой стране.*) От латинского *stare* — стоять.
- СТРАХОВКА, СТРАХОВАНИЕ** — от «страховать»: 1) предохранять от возможного ущерба путём периодических взносов учреждению, которое выплачивает денежное возмещение в случае такого ущерба; 2) предохранять от чего-то неприятного, нежелательного. От слова «страх».
- ТОНУС** — нормальное, здоровое состояние мышц: упругость и крепость, лёгкое напряжение даже в расслабленном состоянии. (*Девушка, какие у Вас цели в спорт-клубе? — Я хочу похудеть, и чтобы мышцы были в тонусе.*) От латинского *tonos* — растяжка, растягивание, и *teinein* — растягивать.
- ТРЕБОВАТЬ** — иметь потребность, нуждаться. (*Красота требует жертв. Мастерство требует усилий.*) Требоваться — быть нужным, необходимым. (*Им требовались помощники. Для большого дохода требуются усилия.*)



**ТРЕНИРОВАТЬСЯ** — проходить тренировки, участвовать в тренировках.

Тренировка — занятие с целью совершенствования навыков, умений.

**УВЕРЕННЫЙ** — твёрдый, на колеблющийся, не сомневающийся; уверенный в себе. Самоуверенный — необоснованно уверенный в отсутствии у себя минусов.

**УВЁРТКА** — хитрость, уловка, желание избежать чего-то, уклониться от чего-то, отложить что-то. (*Мне не нужны Ваши увёртки, господин поручик, выполняйте приказ! Мама, но... — Прекращай свои увёртки и делай домашнюю работу.*)

**УМОЛЯТЬ** — просить кого-то о чём-то искренно или смиренно.

**УПРАЖНЯТЬСЯ** — упражнять себя. Постоянной работой прививать себе какой-то навык, приучать себя делать что-то.

**УСКОРИТЬ** — заставить двигаться быстрее.

**УЧИТЬСЯ** — впитывать знания, навыки; усваивать их — изучением, чтением, наблюдением, тренировками и т. д. Усваивать — делать свойственным, привычным.

**ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН** — подробное предложение того, как достичь финансовых целей.

**ЦЕННОСТЬ** — цена, стоимость; а также — важность, значение.

**ШКАЛА** — система измерения чего-то, где есть разные степени какого-то качества, признака; ряд величин, цифр. (*Шкала оплаты, шкала температуры, шкала заработной платы.*) От латинского scandere — лезть, забираться.

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ** — вызванный или насыщенный эмоциями, выражающий их; не рассудочный (не такой, у кого преобладает рассудок), легко возбуждающийся.

**ЮМОР** — добродушный смех, беззлобная насмешка; отношение к чему-либо, проникнутое таким настроением. От старофранцузского humor — влага, жидкости в теле; ранее считалось, что они определяют эмоциональное состояние человека.

16+

*Пособие для развивающего обучения*

**Пособие по выживанию для продавца:  
КАК ЗАКРЫВАТЬ СДЕЛКИ**

Настоящая публикация предназначена для того, чтобы предоставить точную и авторитетную информацию по описываемому предмету. Продажа книги осуществляется с пониманием того, что издатель и автор не вовлечены в предоставлении юридических, бухгалтерских или иных профессиональных услуг. Если требуется юридический совет или иная экспертная помощь, необходимо обратиться к услугам компетентного профессионала.  
Включает библиографические ссылки

Подписано в печать 05.10.2016. Формат 70x100/16.

Бумага офсетная. Печать офсетная.

Усл. печ. л. 28,44. Тираж 3500 экз. Заказ № 7669.

Общероссийский классификатор продукции ОК-005-93, том 2;  
953000 — книги, брошюры

ООО «Издательство «АСТ»

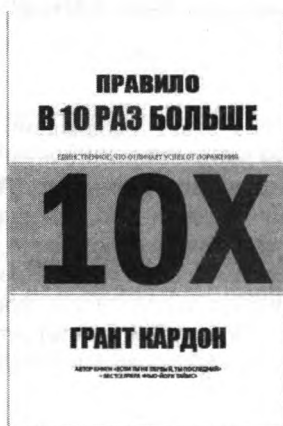
г. Москва, Звездный бульвар, д. 21, стр. 3, к. 5

Отпечатано с готовых файлов заказчика  
в АО «Первая Образцовая типография»,  
филиал «УЛЬЯНОВСКИЙ ДОМ ПЕЧАТИ»  
432980, г. Ульяновск, ул. Гончарова, 14

Закажите другие книги Гранта Кардона  
на сайте [www.grantcardone.ru](http://www.grantcardone.ru)  
со скидкой 15%



ISBN 978-5-17-100599-3



ISBN 978-5-17-100601-3



ISBN 978-5-17-100748-5



ISBN 978-5-17-100602-0



ISBN 978-5-17-100638-9

ваш промокод **10X-BOOKS**

# CARDONE UNIVERSITY

ПЛАТФОРМА ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ СОТРУДНИКОВ  
ОТ ГРАНТА КАРДОНА



Здесь вы изучите мастерство продаж, переговоров и заключения сделок в самом современном формате. Вы получите инструменты, как пустить в дело эти важные навыки в повседневной жизни, у вас появится «хватка», чтобы использовать любую возможность на рынке.

## CARDONE UNIVERSITY ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ:

- ✓ более чем 750 видео от Гранта Кардона;
- ✓ более чем 750 тестов для обучающихся;
- ✓ систему для закрывания сделок «Решения на ходу»;
- ✓ систему отчётов и контроля обучения.

Подключайтесь сегодня  
на [www.cardoneuniversity.ru](http://www.cardoneuniversity.ru)

*ДЛЯ ЗАПИСЕЙ*



«Научитесь закрывать сделки,  
и вы никогда не останетесь  
без работы и без денег»

— Грант Кардон

«За мои 20 лет в этом бизнесе не было никого, кто бы приблизился Гранту Кардону, купите книгу не только для себя, но и для всех своих продавцов, как это сделал я!»

— Марк Хоч, Директор по продажам

«Он снова это сделал! Данная книга – энциклопедия информации, которая поможет закрывать любые ситуации, верно реагировать на возражения и договариваться как профи».

— Рон Палмер, “DCH Group”

«Даже не пытайтесь соревноваться, не имея всего арсенала техник Гранта Кардона в области закрытия сделок! Информации хотя бы об одной из техник закрытия может принести вам сотни тысяч долларов».

— Варрен Хайнс, бизнесмен



[WWW.GRANTCARDONE.RU](http://WWW.GRANTCARDONE.RU)



К