

ПРОДАВЕЦ — ФАНАТ СВОЕГО ПРОДУКТА №1!

Стань мастером,
следуя советам
международного
бизнес-тренера



ЦЕННОСТЬ ПРОДУКТА

Майк Люфф

64 экспертных совета



СОДЕРЖАНИЕ

Обращение автора.....	3
Продукты и рынки.....	4
Закон спроса и предложения.....	8
Что делать руководителю.....	10
64 ЭКСПЕРТНЫХ СОВЕТА.....	11
Все советы списком.....	40
Чек-лист новичка.....	44
Благодарность.....	45
Некоторые услуги Salestream Consulting.....	46
Серия «64 совета».....	47



Дорогие друзья!

Большое спасибо за ваш интерес к этой книге и моим идеям.

Много лет я помогаю продавцам, руководителям и бизнесменам достигать новых высот в бизнесе, продажах и личной жизни.

Большинство продавцов неплохо знают свой продукт, услугу или решение, которые они продают.

Но в 9 случаях из 10 они подают информацию клиенту очень сухо и однобоко, что часто приводит к отказам. Эта книга содержит 64 экспертных совета для тех, кто хочет подавать свой продукт клиенту ярко, эффективно и интересно.

Я очень надеюсь, что эта книга будет вам полезна и вы сможете использовать её для того, чтобы быстрее достигать своих целей.

Желаю вам счастья, гармонии и успехов в вашем деле!

**Искренне ваш,
Майк Люфф**

Об авторе

- Сертифицированный международный бизнес тренер и консультант
- Преподаватель программ МВА НИУ «Высшая Школа Экономики»
- Тренер по продажам, входящий в ТОП-10 России
- Основатель бизнес клуба управленцев SalesPortal
- Генеральный директор Salestream Consulting
- Автор более 250 тренинговых программ и учебных курсов
- Профессиональный Executive коуч ICF PCC
- Соавтор деловой игры для продавцов «Стокер»
- Автор методик продаж Smart Sales и FORMULA
- Автор облачных сервисов BPE24 и CRM24
- Сертифицированный тренер по системам Брайана Трейси, Нила Рэкхема и других
- Обладатель премии медиахолдинга BILD
- Личный коуч более 400 предпринимателей
- Спикер Сколково и Синергия
- Автор многих книг и статей

Telegram: **@MikeLuff**

Instagram: **@MikeLuffa**

Сайт: **www.salesportal.ru**

64

ЭКСПЕРТНЫХ СОВЕТА

PRICE



ЦЕНА

Цена – пожалуй, первый и главный показатель любого продукта, который хочет выяснить любой покупатель. Это универсальный «супер сравнитель». Если покупатель не понимает ценность продукта, он просто сравнивает цену. Важно говорить клиенту не о цене, а о ценовой доступности. Сама по себе цена не является ценностью, кроме случаев, когда она самая низкая на рынке. Обсуждайте цену только после донесения ценности и всегда объясняйте, почему продукт стоит своих денег.

QUALITY

**В СЛОВЕ
«ВЫГОДА» САМЫЕ
ВАЖНЫЕ – ПЕРВЫЕ
ДВЕ БУКВЫ.
НАЧИНАЙТЕ
КАЖДУЮ ВЫГОДУ
ИМЕННО С НИХ.**



КАЧЕСТВО

Вторым по важности показателем продукта является уровень его качества. Качество имеет прямое отношение к надёжности продукта, его долговечности или продолжительности действия его работы или услуги. Расскажите клиенту, что ваш продукт или услуга достаточно высокого качества, чтобы удовлетворить его потребности в течение продолжительного времени. Качество напрямую влияет на цену — чем больше качество, тем выше цена. Качество имеет значение только на конкурентных рынках, в случае монополизации рынка качество продукта обычно снижается, а цена – растёт.

FUNCTIONS



ФУНКЦИИ

Ваш продукт или услуга обладают набором функций, характеристик и свойств. Это именно то, про что любят долго рассказывать продавцы. Для качественной подачи опишите клиенту каждое важную характеристику продукта или услуги по технологии ФПВ — а) описание свойства (функция), б) для чего она сделана и как работает (преимущество) и в) зачем она нужна клиенту (выгода).



ADVANTAGES

ПРЕИМУЩЕСТВА

Преимущество — это сравнительная характеристика, имеющая значение для тех, кто сравнивает ваш продукт с другими. Если какое-то свойство продукта лучше, чем у конкурентов — подайте это клиенту как преимущество. Особенно наглядны для этого графики и визуальный контент. Объясните, почему вы решили это изобрести или зачем это было сделано производителем.

BENEFITS

ВЫГОДЫ

Некоторым компаниям удаётся создать такие бренды, что люди делают их татуировками.

Вспомните Harley Davidson. Это просто мечта маркетолога — добиться такого успеха со своим продуктом!



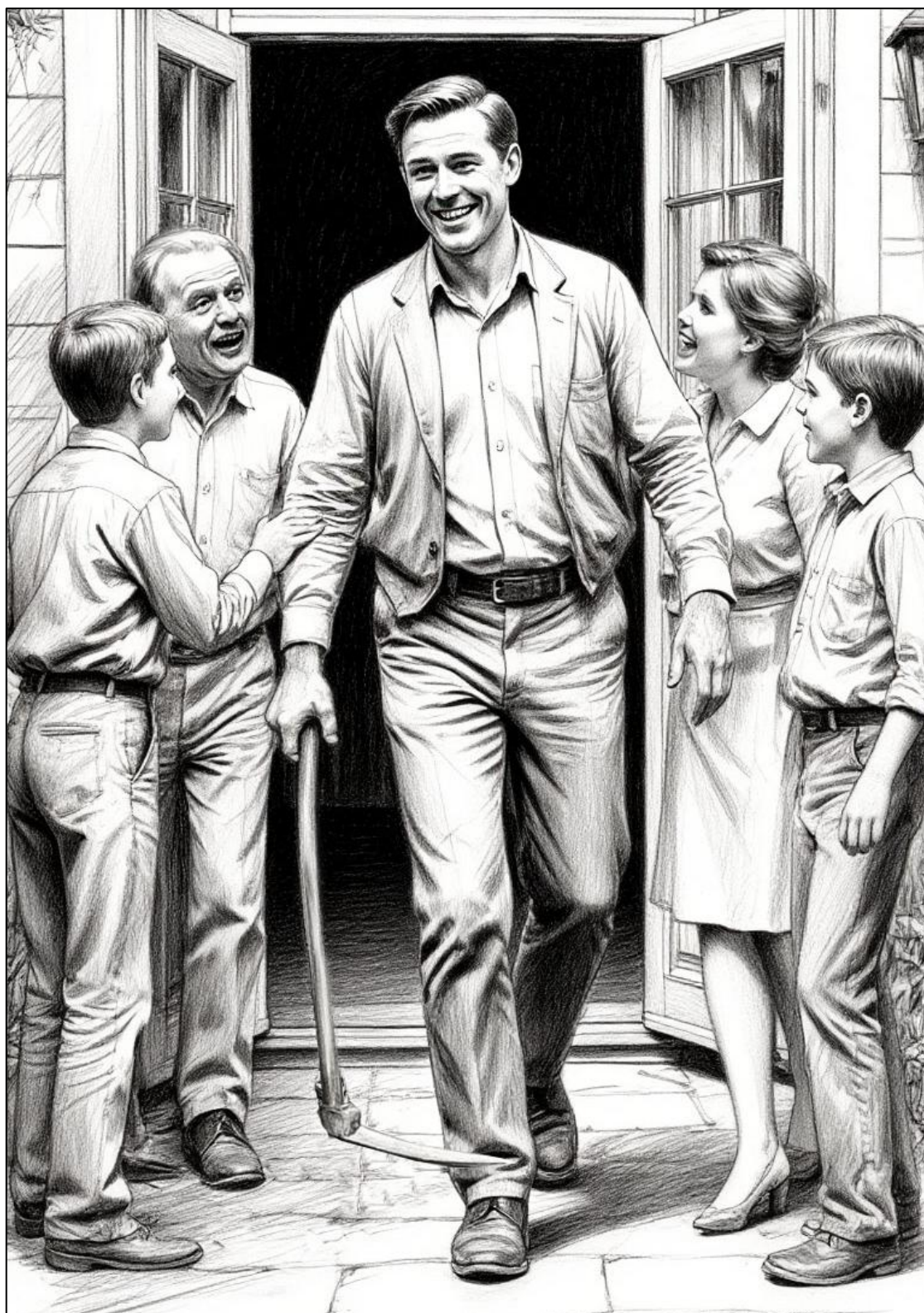
Современные маркетологи заменили слово «скидка» на термин «выгода». Мол, получите выгоду до ста тысяч. Да, выгода может быть в деньгах, но важнее то, что получает клиент, используя продукт или отдельную его функцию, кроме денег. Выгода автополива для газона не в том, что он стоит дешевле конкурентов, а в том, что пользователю больше не нужно находится дома или следить за временем. Делайте больший упор на нефинансовые выгоды.

UNIQUENESS

УНИКАЛЬНОСТЬ

Этот параметр — любимый у маркетологов и копирайтеров. Уникальность — отсутствие у продукта конкурентов на рынке. Это свойство, которое помогает обосновать более высокую цену. Уникальные особенности — свойства и характеристики, которых нет в других продуктах. Покажите клиенту, что отличает ваш продукт от конкурентов. Какие уникальные функции или преимущества вы предлагаете.





— Вы же говорили, что это самая тихая газонокосилка на рынке!

— Конечно! Так оно и есть! Она работает практически бесшумно!

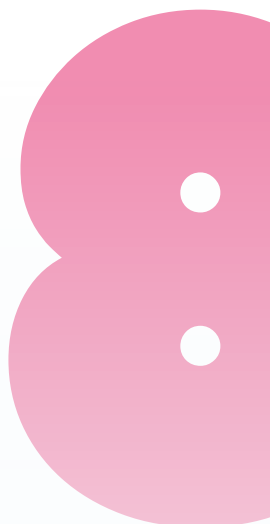


RATIO

РАЦИО

Рациональные причины — это сумма объективных характеристик продукта, которые в глазах клиента составляют соотношение «цена/качество». Под «ценой» подразумевается не только стоимость, но все затраты, которые несёт клиент для того, чтобы выбрать, получить, использовать и обслуживать продукт. Иногда цена подходит, но сама покупка сопряжена со сложностями. Под «качеством» подразумевается сумма всех плюсов, которые получает клиент. Используйте это для работы на B2B-рынке, где рации есть основа большинства покупок.

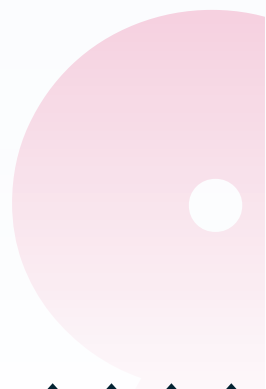
Пластмассовый клоун на скамейке рядом с рестораном McDonald's является важной частью главного продукта



EMOTIO

ЭМОЦИО

Эмоциональные причины — это ощущения и чувства клиента. Продукт может обладать рационально негативными характеристиками — высокой ценой, отсутствием нужных функций, но из-за того, что продукт или услуга «просто нравится», они будут куплены. Следите за тем, что нравится клиенту и помогите ему сделать последний шаг — решиться.



BEST MARKET SOLUTION

ЛУЧШЕЕ РЕШЕНИЕ НА РЫНКЕ

В своё время, когда IBM была лидером рынка промышленных серверов, у них был классный лозунг «Никого не увольняют за покупку IBM». Если вы предлагаете лучшее решение

КОНЕЦ ОЗНАКОМИТЕЛЬНОГО ФРАГМЕНТА



Дорогие друзья!

**ВЫ ЗАКОНЧИЛИ ЧИТАТЬ ОЗНАКОМИТЕЛЬНЫЙ ФРАГМЕНТ МОЕЙ КНИГИ!
КУПИТЬ ЕЁ И ДРУГИЕ КНИГИ СЕРИИ «64 СОВЕТА» МОЖНО НА САЙТЕ**

www.salesportal.ru/books

**А ТАКЖЕ В ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛЕ [@MIKELUFF](#)
И ИНСТАГРАМ [@MIKELUFFA](#)**

Спасибо, и до связи!

**С уважением,
Майк Люфф**



Некоторые услуги Salestream Consulting

- Тренинги по продажам
- Тренинги по переговорам
- Тренинги по обработке возражений
- Тренинги по продажам сложных продуктов и услуг с длинным цикле
- «Холодные» звонки и лидогенерация
- Проектные продажи
- Розничные продажи
- Тренинги по тайм-менеджменту
- Проведение стратегической деловой игры «Стокер»
- Стратегические сессии
- Тренинги для руководителей
- Общий менеджмент
- Стратегический менеджмент
- Персональный менеджмент
- Управление продажами
- Создание и развитие команды
- Внедрение CRM / LMS
- Индивидуальное обучение
- Executive коучинг
- Создание Учебного класса

Полный список продуктов и услуг смотрите на сайте

www.salesportal.ru.

series **64** books

Заказать книги серии «64 совета»
и методическую поддержку можно
на сайте www.salesportal.ru
или в Telegram @MikeLuff

