

УДК 658.6  
ББК 65.42-803  
Д36

**Деревицкий, Александр**  
Д36 Иные продажи / Александр Деревницкий. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 352 с.

ISBN 978-5-00057-191-0

Это самая важная книга о продажах! Она вобрала в себя все необходимое: основы агентской работы, азбуку продаж, советы о том, как находить время на раздумья, поиски самого себя и, самое главное, умение целиться в персону вполне конкретного собеседника, — то есть истинное искусство продаж.

УДК 658.6  
ББК 65.42-803

Все права защищены. Никакая часть настоящего издания ни в каких целях не может быть воспроизведена в какой-либо форме и какими бы то ни было средствами, будь то электронные или механические, включая фотокопирование и запись на магнитный носитель, без письменного разрешения издателя. Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс».

The logo for VEGAS LEX features the text "VEGAS LEX" in a bold, sans-serif font. Above the text is a stylized graphic consisting of a vertical line with a small circle at the top, and two curved lines that sweep outwards and downwards, resembling a pair of wings or a stylized 'V'.

ISBN 978-5-00057-191-0

© Деревницкий А., 2014  
© Оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>О ТОМ, КАК РОДИЛАСЬ ИДЕЯ ЭТОЙ КНИГИ, ИЛИ ПУТЕШЕСТВИЕ ТРЕНЕРА ПРОДАЖ НА ГРАНИЦУ ПРОФЕССИИ .....</b>	<b>11</b>
<b>I. ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ВЫВОДЫ .....</b>	<b>13</b>
<b>II. О ПРОДУКТИВНОМ НАРУШЕНИИ ПРАВИЛ .....</b>	<b>17</b>
Чем можно заменить все правила? .....	17
Если «так никто не делает» .....	23
Культ карго в личных продажах .....	27
Про поломанную лестницу продаж .....	29
Прочие нарушения правил .....	32
Нужна совсем иная идеология .....	33
<b>III. ИНТЕРЕС, БЕЗ КОТОРОГО НЕ БЫВАЕТ СДЕЛОК .....</b>	<b>37</b>
Когда отличия остаются только в продавце .....	37
Интерес рождается лишь на почве отличий .....	40
Почему я горжусь моим человечеством .....	41
Роль разговорной интриги .....	44
<b>IV. ОБ ОТЛИЧИЯХ, КОТОРЫЕ ВЫЗЫВАЮТ ИНТЕРЕС .....</b>	<b>47</b>
Отличия обычно связаны с изменениями .....	47
По-своему, а значит — отличаясь .....	52
Маркетинг отличий уже пришел! .....	63
Лоция отличного мира .....	66
Масштаб и гармония отличий .....	66
<b>V. КАК И ЧЕМ МЫ МОЖЕМ ОТЛИЧАТЬСЯ? .....</b>	<b>83</b>
Для начала — не списывать! .....	83
Обычный продукт может стать уникальным .....	88
Это можно и без машины времени .....	93
Аксессуары и все, что у тебя под рукой .....	103

## 8 Иные продажи

За разное поведение ставят разные оценки .....	106
Иное предложение, или «Слово побеждает!» .....	112
Аргументация и сторителлинг .....	123
Люди уже отличаются .....	143
Полный инструментарий поиска отличий .....	144

## VI. СИСТЕМА ЖЕСТОКОЙ ФИЛЬТРАЦИИ АРГУМЕНТОВ..... 147

Фильтр № 1: оригинальность .....	147
Фильтр № 2: уместность .....	153
Фильтр № 3: не переборщить! .....	162

## VII. КАК СОЗДАВАТЬ ОТЛИЧИЯ И КАК НА НИХ ИГРАТЬ?..... 165

Исправляем системные ошибки .....	167
Терпимость к собственным ошибкам .....	168
Я бы так отличаться не стал .....	169
Все ошибки продаж .....	169
Поиграем пространством .....	175
Поиграем временем .....	176
Поступим иначе, чем прочие .....	178
Личные козыри каждого из нас .....	186
Прочие странные возможности .....	216
Идеология поведения. А не сделать ли ставку на контрпродажи? .....	218

## VIII. КРЕАТИВНЫЙ КЛЮЧ КОММЕРСАНТА И КАК С НИМ РАБОТАТЬ ..... 235

Практика творчества .....	239
Весь арсенал Креативного Ключа .....	240

## IX. ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ПРОДАЖ — ВАШЕ МЕСТОРОЖДЕНИЕ ОТЛИЧИЙ..... 283

Что такое «персонализация продаж»? .....	283
Каторга клиента и наши грехи .....	286
О том, что клиенты разные, говорят все .....	294
Пусть они учатся у нас, а мы займемся иными уроками .....	297
Саморемонт может быть разным .....	301
Почему обычно обращаются к среднему покупателю? .....	302
Завтрашние победы экзопродаж .....	303
Свой и чужой клиент .....	316

## X. ОЧЕЛОВЕЧИВАНИЕ ПРОДАЖ..... 319

## XI. ВВЕДЕНИЕ — В НОВЫЕ, ИНЫЕ ПРОДАЖИ..... 329