



ПОДОБНО МОГУЧЕЙ АРМИИ

Урок 4

Добро пожаловать на изучение четвертого урока!

1 часть — Чтение Библии

Сначала прочитайте 2 Кор.11:20-23 и Флп. 3:7-11.



1. Почему апостол Павел принял призыв совершать служение, которое принесло ему столько страданий и лишений?

Вариант 1: Он хотел получить силу и знания от Бога, и быть уверенным в своем воскресении из мертвых.

Вариант 2: Он был так тронут жертвой Иисуса, что пожелал делать все, о чем его попросит Бог

Вариант 3: Он хотел страдать и умереть, чтобы показать свою любовь к Богу

Вариант 4: Он считал, что больше ничего не умеет делать



Курс по литературному благовестию
ПОДОБНО МОГУЧЕЙ АРМИИ



2 часть — Изучение книги Э. Уайт «Вестники надежды»

Прочитайте, пожалуйста, 7 и 8 главы книги «Вестники надежды».



2. Как должен литературный евангелист встречать искушения и испытания, которые появляются в процессе работы?

Он «должен _____ этот опыт _____, учась еще более _____ на Бога».

Вариант 1: воспринимать как урок, полностью полагаться

Вариант 2: использовать для возрастания, взирать

Вариант 3: использовать для возрастания, полностью полагаться

Вариант 4: обращать себе на пользу, решительно полагаться

Вариант 5: воспринимать как урок, взирать

3. Что в первую очередь должен сделать литературный евангелист, прежде чем приступить к служению?

«Участвующие в работе по распространению литературы, прежде всего, должны _____ и _____ предать себя Богу».

Вариант 1: совершенно, полностью

Вариант 2: открыто, публично

Вариант 3: полностью, навсегда

Вариант 4: всецело, полностью

4. Как часто литературные евангелисты должны обращаться к Богу?

Вариант 1: ежедневно

Вариант 2: только раз

Вариант 3: каждую минуту

5. Кто не сможет добиться успеха в приобретении душ?

Вариант 1: Тот, кто не научился жертвовать всем



3

Курс по литературному благовестию



Вариант 2: Тот, кто слаб в вере

Вариант 3: Тот, кто никогда не приобрел душ для Христа до этого

Вариант 4: Тот, кто не решился предать себя Богу и облечься в Господа Иисуса Христа

6. В отношении осведомленности о книгах, которые вы продаете:

1. Насколько хорошо вы должны быть знакомы с их содержанием?
2. И тогда вы сможете «привлекать внимание людей к ее важным главам».

Вариант 1: Тщательно

Вариант 2: Соответствующе

Вариант 3: В совершенстве

7. Какая глава книги пророка Исайи рекомендована для чтения в качестве хорошего примера?

Вариант 1: 53

Вариант 2: 1

Вариант 3: 25

Вариант 4: 6

Вариант 5: 5

Вариант 6: 66

8. Что не упоминается в книге, как сфера, необходимая для постоянного совершенствования последователю Христа?

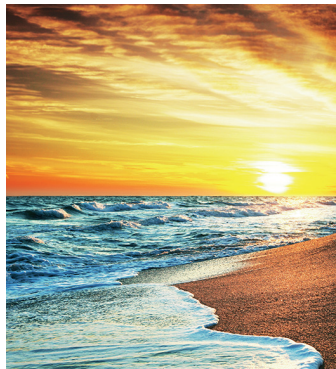
Вариант 1: привычки

Вариант 2: манеры

Вариант 3: воображение

Вариант 4: дух

Вариант 5: труд





3 часть — Изучение дополнительного материала по литературному благовестию

9. Что такое возражение?

Это извинения или причины, которые покупатель приводит, чтобы обосновать свой отказ. Например: «У меня нет времени, чтобы читать».

10. Почему человек отказывается от покупки?

Человеческий разум противится всему новому, неизвестному или тому, что он не понимает, тому, что ему кажется помехой или препятствием. Возражения покупателя становятся формой защиты от книги, которую ему предлагают.



Например, если покупатель говорит, что у него нет времени для чтения, то, скорее всего, он боится потратить деньги впустую или вспоминает, сколько еще книг стоит в его книжном шкафу, а он их даже не открыл.

11. Должны ли мы удивляться или расстраиваться, когда сталкиваемся с возражениями потенциальных покупателей?

Большинство людей высказывают возражения. Это говорит о том, что потенциальный покупатель может быть не настроен ничего приобретать в виду каких-то своих установок, но возможно он таким образом показывает свою заинтересованность. Свой интерес он прикрывает указанием на различные недостатки, чтобы получить больше информации и увидеть, действительно ли ему необходимо совершить эту покупку.

12. Как отвечать на возражения

Опытные работники всегда знают, что ответить. У них всегда есть в запасе одна или две фразы. Он знает, что говорить и когда продает свои книги, и когда покупатель пытается «продать» ему свои возражения. Пытаясь понять своего покупателя, литературный евангелист говорит тактично, чтобы не раздражать человека и не отбить у него охоту к совершению покупки.

Ни в коем случае вам не следует отвечать следующим образом:

Покупатель (возражение) – «У меня нет времени, чтобы читать».

Литературный евангелист (неправильный ответ) – «Вы должны найти время для чтения». Или «Я уверен, что вы тратите много времени на вещи, которые не так важны, как это». (неправильный ответ)



Подобные ответы могут быть правильными, но правда не всегда приятна, и не в каждой ситуации будет мудро говорить о ней. Подобные слова поставят покупателя в оборонную позицию. Всеми средствами избегайте «дуэли» или споров.

Вы должны придерживаться следующих методов:

1. Выслушать все возражения клиента, не перебивая его. В некоторых случаях вы можете даже повторить его возражения, чтобы показать, что вы внимательно его слушали.
2. Дайте покупателю почувствовать себя правым. Скажите что-то из этого списка:
 - Да, вы правы, но вы никогда не думали, что...
 - Спасибо, что высказали это мнение, но возможно вы также думали и о...
 - Если бы я был на вашем месте, то у меня были бы такие же возражения, но вам не кажется, что мы можем подойти к этому с другой стороны...
 - То, что вы говорите весьма интересно, но...
 - Я понимаю, что у вас есть определенные основания для отказа. Вы правы, но не считаете ли вы также, что...
 - Мне, как и вам, приходили подобные мысли, но поразмыслив хорошо над этими вопросами, я пришел к такому выводу....
3. Сначала соглашайтесь, а затем отвечайте на возражение клиента, предлагая решение.
4. Превратите возражение в мотив или хорошую причину для покупки.
5. В завершение своей презентации приведите еще несколько сильных доводов.

Примеры, которые помогут проиллюстрировать этот принцип:

Покупатель (возражение): «У меня нет времени, чтобы читать»

Литературный евангелист (правильный ответ): «Да, вы правы, у нас столько дел, а времени так мало. Это факт, что невозможно прочитать абсолютно все, что попадаете нам на глаза. Мой друг однажды сказал, что у него нет времени, чтобы читать хорошие книги, поэтому он предпочитает только самые лучшие (слегка улыбнитесь, когда будете произносить это). Я могу заверить вас, что эти книги, можно спокойно отнести к разряду самых лучших. Когда вы их прочитаете, то будете рады, что прислушались к моему совету (Здесь вы можете привести несколько примеров покупателей, которые были довольны покупкой). Эти книги легко читать, текст поделен на небольшие главы, на прочтение которых уходит



совсем немного времени, и они написаны специально для людей, у которых мало свободного времени, как у нас с вами.

«Я бы хотел обратить ваше внимание на...»

(В этот момент вы продолжаете свою презентацию, показывая какие жизненно важные проблемы подняты в вашей книге. Чтобы сделать это, вам необходимо очень хорошо, буквально постранично, знать эту книгу. Опыт и практика помогут с каждым днем все лучше и лучше справляться с этим).

13. Как мы можем избежать возражений?

Если вы часто сталкиваетесь с определенным типом возражений, то будет лучше, если вы ответите на них до того, как их выскажет ваш потенциальный покупатель. Например, скорее всего у вашего покупателя может возникнуть такая мысль: «У меня нет времени, чтобы читать». Поэтому во время презентации литературный евангелист может сказать: «Думаю, вы согласитесь со мной, [мистер Джонс], что у нас есть не так уж много времени для чтения. Эта книга написана специально для людей, которые, как и мы с вами, очень заняты. Она поделена на небольшие главы и параграфы, написана понятным языком, поэтому мы можем получить максимум пользы за минимум времени» (продолжайте далее свою обычную презентацию).

Таким образом, литературный евангелист лишает клиента возможности высказать это возражение, потому что он ответил на него еще до того, как оно было произнесено.

В тех местах, где очень часто люди сталкиваются со Свидетелями Иеговы и Мормонами, люди часто задают вопрос: «Вы Свидетели Иеговы?». Литературный евангелист может избежать этого вопроса, сказав следующее: «Очень многие люди продают книги, содержащие непонятные вероучения. Эта книга основана на Библии и поможет вам отвечать на различные вопросы с библейской точки зрения».

14. Нужно ли серьезно относиться ко всем возражениям?

а. Возражения, которые по сути являются лишь отговорками, призваны в достаточно вежливой манере поставить литературного евангелиста в неловкое положение, привести его в замешательство или скрыть истинные причины отказа от покупки.

б. Серьезные возражения указывают на реально существующие проблемы или затруднения, объясняющие почему человек не может приобрести книгу. Подобные возражения должны побудить литературного евангелиста найти решение этой проблемы или затруднения.





15. Возражения всегда представляют собой обоснованную причину для отказа от покупки.

Вариант 1: Не верно

Вариант 2: Верно

16. Какие возражения можно отнести к категории отговорок?

а. У двери: «Я слишком занят»; «У меня нет времени»; «Я не буду ничего покупать»; «Я ничего не покупаю у распространителей»; «Мне ничего не нужно»; «Мне это не интересно» и т.д.

б. Во время презентации: «У меня нет времени, чтобы читать»; «Я не могу читать»; «Я слишком стар»; «У меня уже есть большой список книг, которые я должен прочитать» и т.д.

в. В конце презентации: «У меня нет денег»; «Это слишком дорого»; «Думаю на этом можно закончить»; «Оставьте свои контактные данные»; «Я вам напишу» и т.д.

17. Как отвечать на возражения, которые являются лишь отговорками.

а. Некоторые литературные евангелисты просто выслушивают и никак не реагируют на подобные возражения, просто продолжая свою презентацию. Литературный евангелист допускает, что потенциальный покупатель может сказать что-то подобное, хотя на самом деле хочет получить больше информации о книгах. Литературный евангелист помогает клиенту забыть о своих возражениях, предлагая ему больше причин для покупки, используя самые разные покупательские мотивы.

б. Не придавайте большого значения возражениям. Коротко отвечайте, используя объяснения, данные ранее в этом уроке.

18. Возможно ли, чтобы за подобными возражениями скрывалась серьезная причина для отказа?

Фактически существует два возможных типа покупателей.

а. Покупатель, высказывающий возражения. В случае, когда покупатель открыт и честен, у литературного евангелиста все еще есть шанс на успех. Подобная ситуация позволяет ему продолжать свою презентацию и постараться решить существующую проблему.

б. Покупатель молчит, высказывает негативные доводы или возражения, которые являются лишь отговорками. В этом случае вы должны помнить о том, что покупатель находится в новой для него ситуации. Он может, например, бояться принять неправильное решение, или что он не сможет получить заказ, после того как он его оплатит, или что он потратит деньги на ерунду и родственники не одобряют сделанную



покупку. Все это может побуждать клиента избавиться от литературного евангелиста, даже если он делает вид, что ему не интересно, или высказывает негативные доводы, или возражения, которые являются лишь предлогом отказаться от покупки.

19. Существует три момента, когда наиболее вероятно покупатель может высказать свои возражения.

Что является НЕВЕРНЫМ вариантом ответа?

Вариант 1: В конце презентации

Вариант 2: У дверей

Вариант 3: Когда мы уходим

Вариант 4: Во время презентации

20. Как мы можем определить, что действительно скрывается за негативной реакцией покупателя?

Задавайте прямые вопросы. Если вы считаете, что за незначительным возражением скрывается серьезная причина, вы можете задать следующий вопрос:

«Может быть, есть еще какие-то причины, которые мешают Вам принять это предложение?»

«Есть что-то, что удерживает вас от рассмотрения моего предложения, которое может помочь Вам и вашей семье?»

Говорите это осторожно, мягко, тактично и с уважением, наблюдая при этом за реакцией покупателя.

Например:

Покупатель: Оставьте мне свой адрес. Я напишу вам о своем решении.

Л.Е.: Я с удовольствием оставлю вам свой адрес, но позвольте мне спросить (скажите это немного тише и с улыбкой), что мешает вам сегодня принять решение? Я буду признателен, если вы сможете поделиться этим со мной.

Покупатель: «Эм... знаете, сейчас конец месяца и у меня осталось не так уж много денег. Я не могу позволить себе эту покупку прямо сейчас». (Это может быть настоящая причина или же попытка уйти от ответа)

Л.Е.: В этом нет ничего страшного, мистер Джонс, у меня бывают подобные ситуации. Мы можем с вами договориться (предложите ему оплатить покупку при доставке).



Сейчас у литературного евангелиста появляется возможность увидеть, что скрывается за отказом покупателя и помочь ему преодолеть эти препятствия. Этот же принцип можно применить и к другим возражениям, предлагая варианты решения проблемы.

Тактично, мягко и уважительно задавая вопросы, вы сможете в большинстве случаев разрушить барьеры, которые существуют в сознании клиента. Руководство Духа Святого и ваш творческий подход помогут вам найти подходящее решение к возражению или проблеме покупателя.



21. Какова разница между серьезными возражениями и обычными отговорками?

Вариант 1: Серьезные возражения показывают реальную проблему. Отговорки скрывают настоящие причины.

Вариант 2: Серьезные возражения предназначены для того, чтобы смутить и сбить с толку литературного евангелиста.

Отговорки должны вдохновить его найти решение проблемы клиента.

Вариант 3: Разница невелика.

Вариант 4: Серьезные возражения возникают, только если презентация была сделана неправильно.

Отговорки означают, что покупатель не хочет слышать больше никакой информации.

22. Как отвечать на серьезные возражения

Серьезным возражениям нужно уделять должное внимание. Несмотря на обстоятельства, вы должны оставаться спокойным и искать решение проблемы. Осведомленный литературный евангелист будет продолжать изучать книги, которые он продает, чтобы быть способным успешно находить ответ на серьезные возражения. Тот факт, что литературный евангелист может ответить на возражения, используя книгу, которую он продает, внушает клиенту уважение. Мы не должны оставлять искренние возражения без удовлетворительного ответа.

Рекомендуется также использовать опыт покупателей, которые нашли решения, находясь в подобных обстоятельствах.

«Было бы желание, а возможность найдется».

Примеры:



Возражение покупателя: «Я не буду ничего покупать, пока не посоветуюсь с мужем»

Ответ Л.Е.: «Да, я уважаю подобную позицию. Ваш ответ достоин восхищения. Я понимаю, что Вы и муж являетесь единым целым. Однако, эта книга представляет интерес только для женщин (убедитесь, что это подходит для книги, которую вы рекламируете). В ней вы найдете практические советы для своей работы, также как и у вашего мужа есть свои методы в работе. Вот список людей, которые уже сделали заказ. Размер суммы, необходимой для залога при размещении заказа, невелик. Большинство женщин соглашаются на данные условия* при подтверждении заказа» (В некоторых странах **не разрешается** брать залог.)

Или: «Мужчины часто говорят мне: “Этими вопросами у нас жена интересуется”. В том или ином смысле вы являетесь семейным врачом, не так ли, миссис Джонс? Я думаю, что в вопросах, которые касаются интересов Вашей семьи, муж доверяет Вашему мнению. Просто подумайте о том, что хорошие и практические советы, данные в этой книге, пригодятся вам в будущем». (У вас должно быть несколько примеров, чтобы доказать это. Даже случаи спасения жизни, благодаря тому, что люди знали, как себя вести в экстремальной ситуации.)

Если вы не добились успеха, но видите, что женщина действительно заинтересована в книге, но по-прежнему хочет сначала посоветоваться со своим мужем, договоритесь еще об одной встрече, чтобы провести презентацию в присутствии ее мужа. В большинстве случаев литературные евангелисты удваивают свои продажи, договариваясь о встрече на следующий день.

Покупатель: «Мне нужно сначала посоветоваться с женой»

Л.Е.: «Замечательно, что Вы принимаете решения сообща, уважаемый Дмитрий Андреевич. Если бы Ваша жена была здесь, как Вы думаете, ей бы понравились эти книги? Если бы она предоставила Вам право решать, Вы бы купили их? (Если муж ответит утвердительно, то нужно договориться о повторной встрече с обоими супругами) Дмитрий Андреевич, могу я завтра зайти к Вам снова, чтобы встретиться с Вашей женой? Когда Вам будет удобно?»

23. Что не является подходящим способом ответа на возражения?

Вариант 1: Сохранять спокойствие и заново начать презентацию

Вариант 2: Игнорировать возражения и продолжать предлагать доводы для покупки

Вариант 3: Сохранять спокойствие и искать варианты решения проблем и возможные ответы на возражения в отношении представленных книг

Вариант 4: Сохранять спокойствие и возносить Богу тихую молитву

24. Вы провели хорошую презентацию, но в конце покупатель сказал, что должен сначала посоветоваться со своим супругом/ой. Очевидно, что это:



Вариант 1: Обоснованная причина отказаться от покупки

Вариант 2: Возможность провести подобную презентацию для супруга/и

Вариант 3: Возражение, которое может скрывать другую причину отказа

Вариант 4: Результат плохой презентации

25. Как отвечать на возражения, которые возникают, когда вам только открыли дверь.

Будьте кратки, тактичны и используйте слова и выражения, которые вызовут интерес и любопытство у покупателя. Оставайтесь вежливыми и учтивыми, несмотря на обстоятельства.

Примеры:

Покупатель: «Я слишком занят»

Л.Е.: «Мне нравятся люди, которые не сидят без дела. Я буду краток и задержусь у Вас дома, только если вы заинтересуетесь тем, что я предлагаю. Вы не возражаете, если я зайду на несколько минут, чтобы объяснить, что у меня есть для вас?»

Покупатель: «Мне это не интересно»

Л.Е.: «На вашем месте, я бы сказал то же самое, если бы не знал о чем идет речь. У меня есть то, что представляет интерес для Вас и Вашей семьи. Речь идет об очень важных вопросах. Думаю, Вы не будете против, если я зайду к Вам на минутку и займу немного места на Вашем столе, чтобы показать, что я Вам предлагаю? Спасибо большое». (Сделайте небольшое движение вперед, показывающее, что вы хотите пройти внутрь. **Будьте тактичны и вежливы, не проявляйте излишнего давления!**).

Или: «Я с удовольствием хотел бы представить Вам то, что поможет Вам сохранить время, деньги и даже уберечь Вас от некоторых неприятностей. Я уверен, что Вам это будет интересно. Вы не против, если я пройду внутрь и займу немного места на Вашем столе?»

Или: «Я думаю, что Вы не имели в виду, что Вам не интересно узнать то, что поможет сохранить Вашу жизнь и здоровье и положительно повлияет на Вашу семью. Пожалуйста, разрешите мне рассказать, что именно я предлагаю, и если мне не удастся Вас заинтересовать, я уйду. Спасибо» (Сделайте движение вперед).

(Если вам все еще не удалось получить разрешение пройти в дом, вы можете попробовать сделать презентацию у дверей, что не всегда рекомендуется. Также вы можете





предложить встречу вечером, чтобы просмотреть видео или какой-то материал, визуализирующий вашу презентацию).

Покупатель: «Мне ничего не нужно»

Л.Е.: (с улыбкой) «Я с удовольствием хотел бы представить Вам то, что поможет Вам сохранить время, деньги и даже уберечь Вас от некоторых неприятностей. Я уверен, что Вам это будет интересно. Вы не против, если я пройду внутрь и займу немного места на Вашем столе?»

26. С возражениями какого рода мы можем столкнуться во время презентации?

Их очень много и они весьма разнообразны. Все зависит от того, какие именно публикации вы представляете вашему клиенту: книги о здоровье, образовательные, книги для детей или же вы предлагаете журналы.

Например: «У нас уже есть книги о здоровье. Когда мы болеем, то звоним доктору. Мне не нужны книги по воспитанию детей. Мы уже посещаем церковь, которая нас устраивает. А эта книга католическая/православная?»

Или общие отговорки вроде: «У меня нет времени для чтения»; «Я не умею читать»; «С тех пор, как у нас появился телевизор, мои дети перестали читать»; «Я уже слишком стар, мне тяжело читать».

27. Как отвечать на возражения, возникающие в ходе презентации.

а. Если возражения не являются по-настоящему серьезными, используйте тактику, описанную ранее в этом уроке (игнорируйте, слушайте и продолжайте или кратко отвечайте и продолжайте проводить презентацию). Покупатель будет внимательно слушать вашу презентацию, особенно если вы сразу перейдете к самым интересным моментам, теме или примеру из тех книг, что вы предлагаете.

б. Приводите примеры из вашего личного опыта, когда подобные возражения были благополучно разрешены.

Примеры: Книги о здоровье

Покупатель: «Когда мы заболеваем, то звоним доктору».

Л.Е.: «Это правильно, Тамара Сергеевна. Эта книга не должна заменять вашего доктора. Но в жизни возникают ситуации, когда мать должна немедленно отреагировать на происшедшее. У нее нет времени на то, чтобы ждать приезда доктора. Даже секунда промедления может быть фатальной. Например, ваш ребенок обжегся кипятком или получил ожоги от огня. А может он проглотил что-то ядовитое. Вы открываете раздел, посвященный первой помощи. И здесь вы быстро найдете, что вам необходи-



мо предпринять, пока вы ожидаете приезда доктора. И все это написано на доступном языке». Приведите в качестве примера случай из реальной жизни.

(После того, как вы сделали это отступление, продолжайте презентацию или приведите еще несколько важных и интересных моментов, связанных с данной серией книг).

Примеры, которые вы приводите, могут быть из вашего личного опыта, или услышанными вами от кого-то. Главное, чтобы они были реальными и правдивыми.

Детская литература

Покупатель: «Как только у нас дома появился телевизор, дети перестали читать книги».

Л.Е.: приведите примеры, подобные этим:

«Одна женщина рассказала мне, что ее маленький ребенок не мог заснуть раньше 11-ти вечера. Он страдал от ночных кошмаров, связанных с тем, что он видел по телевизору. Эти проблемы с нервной системой стали настолько серьезными, что пришлось обратиться за консультацией к доктору».

«Думаю, Вы также как и я хорошо знаете, что психиатры и педагоги публикуют в журналах результаты исследований, проведенных на поколении людей, выросших под влиянием телевидения. Настоятельно рекомендуется держать эту часть нашей семейной жизни под строгим контролем для блага детей. Именно поэтому многие родители сегодня возвращаются к старым традициям: читать детям полезные и поучительные истории, рассказы, в которых содержатся уроки, полезные для формирования характера, и даже просто истории из Библии, которые оказывали положительное влияние на наш мир в течение многих сотен лет. Я верю, что Вы стремитесь дать все самое лучшее своим детям и хотите сделать все от вас зависящее, чтобы сформировать характер ваших детей и позаботиться об их будущем. Разве это не тот случай, уважаемая? (вернитесь к своей презентации или достаньте бланк заказа, предлагая наиболее удобный план доставки)

Во время такого подробного ответа будьте искренними и выразительными, убедитесь, что вы можете подтвердить все, о чем говорите, чтобы ваши слова оказали максимальное влияние на покупателя. Желательно, чтобы у вас наготове были вырезки из газет, (или материалы) где обсуждается влияние телевидения на людей. Убедитесь, что в ваших словах нет осуждения по поводу присутствия в доме телевизора.

28. Как можно свести к минимуму шанс возникновения возражений во время обсуждения возможного заказа?

Для этого необходимо:

а. Завоевать доверие покупателя.



- б. Провести хорошую и интересную презентацию.
- в. Предотвратить распространенные возражения.
- г. Показать ценность литературы до того, как вы назовете цену.
- д. Показать список покупателей, сделавших заказ.
- е. Косвенно попросить принять решение. Поставьте вашего покупателя в ситуацию «да» установки. Получайте положительные ответы по незначительным моментам, постепенно продвигаясь к главному решению.
- ж. Не допускайте возникновения паузы после того, как цена будет озвучена. Покупатель может использовать ее для того, чтобы сформулировать какое-либо возражение. Предложите варианты оплаты выбранных книг.
- з. Говорите о положительном опыте. Приводите в пример, какую выгоду получили те, кто принял решение приобрести литературу.
- и. Мыслите позитивно, будьте уверены, что покупатель приобретет у вас книги.
- к. Молитесь, пока вы разговариваете, чтобы Божественные силы влияли на принятие положительного решения.

29. Какие возражения могут возникнуть во время завершения презентации?

В этот момент они наиболее нежелательны. Возражения могут касаться цены, необходимости обдумать решение или быть связаны с семейными обстоятельствами и т.д. Например: «Слишком дорого»; «Сейчас у нас есть некоторые обязательства, которые не позволяют нам совершать подобные покупки».

«Оставьте свои контактные данные, я с вами свяжусь», «Приходите еще раз, в другое время»; «Надеюсь, вы закончили»; «Я ничего не покупаю, не посоветовавшись с супругом/ой»; «Я покупаю книги в книжном магазине».

30. Как следует отвечать на возражения, возникающие в конце презентации?

Покупатель: «Это очень дорого».

Л.Е.: «Если бы я был на вашем месте, то возможно считал бы также, но уверяю вас, что эта цена не превышает стоимость других аналогичных товаров. Вы знаете, что выражение «То, что дешево, не всегда качественно. То, что качественно, не всегда дешево» появилось не зря. Вы скоро забудете, сколько стоила эта книга, но она останется с вами навсегда» (Затем обратите внимание на качество продукции, иллюстрации и другие моменты, показывающие, что цена на книгу не завышена)



Покупатель: «Оставьте вашу визитку, я вам позвоню».

Л.Е.: «Я понимаю ваши чувства. Мой визит будет очень коротким, я задержусь больше чем на семь минут только если у вас возникнут какие-нибудь вопросы. Спасибо».

Покупатель: «Надеюсь, вы закончили».

Л.Е.: «Я уважаю ваше решение, Тамара Сергеевна, но позвольте задать вам один вопрос. Вам не кажется, что эта книга станет благословением для вашей семьи и окажется хорошей помощью? (понаблюдайте за реакцией) Я вижу, что вам она нравится. Почему бы не сделать заказ сегодня, даже с учетом того, что дата доставки будет немного позже, чем обычно, если вам так будет удобно. Это уникальная возможность, которая не скоро повторится. Я уверен, что вы не пожалеете о своем приобретении. Позвольте мне сказать, что другие люди, и ваши соседи уже приобрели эту книгу».



Или:

«Простите, что моя презентация была недостаточно полной. Может быть, есть что-то, что вас интересует, но я не упомянул об этом? Могу я поинтересоваться, Тамара Сергеевна, есть ли что-то, о чем вам нужно поразмыслить?»

Покупатель: «Я предпочитаю покупать книги в книжном магазине».

Л.Е.: «Мы являемся распространителями, представляющими эксклюзивную продукцию. Эти книги обычно не продаются в книжных магазинах, поскольку необходимо объяснить и показать покупателю, в чем состоит их ценность, чем они полезны. У продавцов в книжных магазинах обычно нет времени, чтобы обсуждать подобные детали в том объеме, как это мы с вами только что сделали. Поэтому вам выгодно прослушать подобную презентацию на дому и к тому же это дает вам возможность задать все возникшие вопросы по поводу содержания или доставки. Вам нравится личный подход? Большинству людей – да».

ПРИМЕЧАНИЕ: Рекомендуется, чтобы литературный евангелист попросил директора Отдела издательского служения помочь вам в изучении того, как отвечать на возражения клиентов. Пусть вам напечатают специальный буклет, чтобы вы могли выучить наизусть эти варианты ответов. Также общайтесь с другими литературными евангелистами, спрашивайте их мудрости и совета в плане ответов на возражения покупателей. Ваш успех будет пропорционален вашей способности отвечать на возражения. Если вы не сможете ответить на возражение, то клиент будет считать вас некомпетентным в своем деле работником.

Продолжайте учиться. Продолжайте совершенствоваться. Считайте, что возражения – это ваши друзья и задачи, требующие решения, а не ваши враги и проблемы.



31. Литературный евангелист хочет снизить вероятность появления возражений у клиента в конце своей презентации.

Что ему НЕ следует делать?

Вариант 1: Проводить хорошую и интересную презентацию

Вариант 2: Говорить о положительном опыте

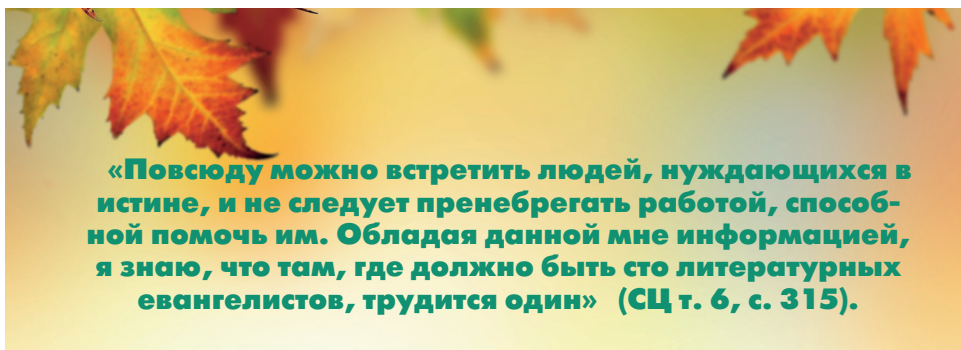
Вариант 3: Завоевывать доверие покупателя

Вариант 4: Немного помолчать, после того, как были озвучены цены

Вариант 5: Молиться во время проведения презентации

Поздравляем!

Вы завершили Урок 4



Отдел издательского служения Евро-Азиатского дивизиона

publishing.adventist.ru

pm.adventist.ru@gmail.com