



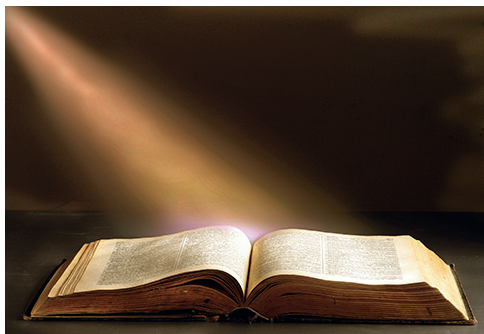
ПОДОБНО МОГУЧЕЙ АРМИИ

Урок 7

Добро пожаловать на изучение урока №7

1 часть – Чтение Библии

Сначала прочитайте Дан. 1, 3 и 6 главы



Курс по литературному благовестию
ПОДОБНО МОГУЧЕЙ АРМИИ



1. Трое юношей решили остаться верными своим принципам. Они верили, что Бог будет с ними, независимо от того спасет Он их от смерти или нет. Где записана эта история?

Вариант 1: Дан. 1

Вариант 2: Дан. 2

Вариант 3: Дан. 3

Вариант 4: Дан. 4

Вариант 5: Дан. 5

Вариант 6: Дан. 6

2. Что из этой истории больше всего Вас вдохновляет? -----

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

Прочитайте, пожалуйста, 13 и 14 главы книги «Вестники надежды».

2. «Почти ежедневно появляются прекрасные возможности представить _____ истины, как отдельным людям, так и целым семьям»

Вариант 1: детям света

Вариант 2: живым проповедникам

Вариант 3: молчаливым посланникам

3. При каком условии «тем большим будет спрос на книги, поясняющие истину Писания»?

Вариант 1: при широком распространение книг

Вариант 2: при наличии наших издательств

Вариант 3: если есть наши офисы

Вариант 4: если есть наши люди

Вариант 5: если хороший рынок





3

Курс по литературному благовестию



4. Сколько людей необходимо для того, чтобы нести свет через наши города и селения?

Вариант 1: большинство

Вариант 2: немного

Вариант 3: сотни

Вариант 4: очень много

Вариант 5: один

5. Что мы должны делать, принимая во внимание ценность наших публикаций?

Вариант 1: Преображать их

Вариант 2: Возвышать их ценность

Вариант 3: Побуждать людей покупать их

Вариант 4: Говорить, что они получают больше, чем затратят

6. «Одним из _____ и в то же время _____ методов евангелизма является труд литературных евангелистов».

Вариант 1: надежных, простейших

Вариант 2: действенных, убедительных

Вариант 3: понятных, подходящих

Вариант 4: убедительных, подходящих

Вариант 5: простейших, действенных

Вариант 6: надежных, подходящих

7. Как литературный евангелист должен относиться к отчетам? Он должен быть:

Вариант 1: преданным, честным, дружелюбным

Вариант 2: честным, дружелюбным, точным

Вариант 3: дружелюбным, точным, верным

Вариант 4: преданным, честным, верным

Вариант 4: преданным, точным, верным



8. Когда литературный евангелист не расходует должным образом свои деньги, полученные от продажи литературы, «в результате дело Божие оказывается _____, а на тех, кто избран для несения тяжелой ответственности, ложится дополнительное бремя».

Вариант 1: в ситуации, когда может пострадать

Вариант 2: в затруднительной ситуации

Вариант 3: в бесчестии

Вариант 4: в унижении

9. Дух Пророчества призывает нас изучать историю каких миссионеров?

Вариант 1: вальденсов

Вариант 2: миссионеров-добровольцев

Вариант 3: служителей из различных деноминаций

3 часть – Изучение дополнительного материала по литературному благовестию

10. Почему необходима хорошая презентация книг?

Чтобы завоевать расположение покупателя и завладеть его вниманием.

Если вы зайдете в дом и просто скажете: «Добрый день, я бы хотел предложить вам купить книги», - то возможно вы не сможете продать больше чем одну книгу на тысячу покупателей. Почему? Люди не проявят интереса к вашим книгам, потому что они не знают, что им нужны эти книги.

11. Почему важно в первую очередь избавиться от предвзятости покупателя?

Для человеческого разума естественно быть закрытым от всего, что для него неизвестно и чего он не понимает. Покупателя нужно побудить к действию.

Пример: Нельзя налить воду в закрытую банку. Сначала нужно снять крышку. Подобным образом нужно подготовить покупателя перед презентацией.



12. Как можно «открыть» разум покупателя?

Указать на проблему. Задать вопрос, чтобы привлечь его внимание.

Примеры:

1) Продавая детскую литературу или книги по воспитанию, в качестве вступления скажите о проблеме преступности среди несовершеннолетних. Расскажите о последствиях плохой компании или ненадлежащего чтения для детей. Затем представьте наши прекрасные книги, которые поддерживают сознательных родителей в их стремлении дать детям хорошее воспитание. Будьте осторожны и не переусердствуйте, используя примеры с несовершеннолетними преступниками.

2) Представляя духовную литературу, вы можете говорить о тревожной ситуации в мире, используя, если необходимо, заголовки газет или подходящие примеры из СМИ, или ситуации в вашем городе.

3) Когда вы рассказываете о литературе по здоровью, вы можете обратить внимание на то, что медицинские расходы тяжким бременем ложатся на бюджет многих семей – без учета времени, потерянного во время болезни, ребенком или взрослым, в школе или на работе. Также вы можете сказать, что многие люди болеют из-за неправильного питания и т.д.

Подобные действия откроют разум и глаза покупателя на его нужды и проблемы, с которыми он сталкивается. Сначала они не думали об этом, но теперь они готовы слушать ваши предложения. Крышка с банки снята! Выясните, какие проблемы со здоровьем наиболее часто встречаются в вашем обществе. Необходимо, чтобы клиент был уверен, что об этих проблемах написано в книгах по здоровью, которые вы предлагаете. И в этих же книгах есть предложение об изменении качества жизни и улучшении здоровья.

13. Под «открытием разума» покупателя мы понимаем; «Указать на проблему. Задать вопросы, чтобы завладеть его вниманием».

Вариант 1: Верно

Вариант 2: Неверно

14. Какие основные вопросы должны быть освещены в презентации?

а. Что это? Не только бумага, чернила и хороший переплет. Ваши книги будут для семьи очень нужными и полезными.

б. Почему покупатель должен приобрести вашу книгу? Расскажите о преимуществах.





в. Каково практическое применение купленной книги? Покажите наглядно и дайте практические примеры.

Вам будет проще ответить на эти вопросы в своей презентации, если у вас будет личный практический опыт применения этой книги в своей жизни или в жизни вашей семьи. Расскажите о личном опыте, который у вас есть в отношении книги, которую вы продаете. Затем используйте примеры других покупателей, купивших эти книги.

15. Назовите двенадцать правил идеальной презентации?

1. Начинайте презентацию, когда присутствуют все члены семьи

Если в комнате нет кого-то одного, когда вы проводите презентацию, вы можете упустить возможность продать книгу, когда этот человек вернется. Поэтому очень тактично попросите собраться всех присутствующих, когда вы будете представлять свои книги. Так вы сможете расположить их к тому, что будете говорить и коснуться их личных потребностей. Добивайтесь внимания всех и принятия решения.

2. Держите книги как можно ближе к покупателю

Поверните книгу так, чтобы покупатель мог увидеть иллюстрации и прочесть текст. Зрение – одно из наиболее прямых и влиятельных способов открыть разум. Постарайтесь, чтобы все члены семьи сидели перед вами. Вы сможете сильнее влиять на тех, кто может ясно видеть книгу.

Не пренебрегайте ни одним человеком, когда проводите презентацию для группы. Важно, чтобы глаза всех были сосредоточены на той части книги, о которой вы говорите. Используйте ручку, чтобы указывать на то, о чем вы сейчас рассказываете, чтобы люди могли видеть и слышать информацию.

3. Говорите отчетливо.

Слух – еще одна возможность для того, чтобы открыть разум. Ваша речь должна вызывать у покупателя желание слушать вас. Плохая дикция может отвлекать внимание. Покупатель, чье внимание рассеяно, начинает думать о чем-то еще. Во время своего выступления говорите ясно и выразительно. Приятный голос упрощает эту задачу. Уильям Джеймс говорит: «То, что привлекает ваше внимание, определяет ваши действия». Ваши слова, если они хорошо подобраны и правильно произнесены, будут рисовать живописные картины в воображении клиента.

4. Задавайте подходящие вопросы

Пусть ваш покупатель принимает участие в обсуждении. Задавайте вопросы, чтобы узнать, что он думает. Старайтесь не быть слишком авторитарным и самоуверенным. Люди могут обидеться. Лучше задать вопрос, чем высказать утверждение.



Пример: «Михаил Николаевич, когда человек умирает, он отправляется в могилу. Я знаю, что это так» (Подобное заявление подавляет). Лучше сказать: «Михаил Николаевич, вы когда-нибудь думали о том, что происходит с человеком после смерти?» (вопрос «цепляет» человека).

Каждый раз, задавая вопрос, вы приглашаете человека к разговору. Вы побуждаете их думать. Этот метод позволяет заводить друзей и увеличивать продажи.

«Иисус обнаружил необыкновенную жажду познания Бога. Его вопросы побуждали собеседников размышлять о глубочайших истинах, которые являлись жизненно важными для спасения душ» (*Желание веков*, с. 78-79).

5. Направьте мысли покупателя работать по четко определенному плану, направленному на конкретную цель.

Знайте, куда вы держите путь. Избегайте всего, что может привести к замешательству, любой идеи, которая может увести покупателя от темы. Разуму человека проще следить за логичным и ясным ходом мысли.

«Когда служитель завладевает вниманием собравшихся, ему следует переходить от одного пункта к другому, по возможности не загружая эти сжатые мысли массой лишних слов и ненужных подробностей. Ему необходимо стремиться запечатлеть основные положения в сознании людей» (*Свидетельства для Церкви*, т. 2, с. 544).

Пример:

Когда вы продадите медицинскую литературу, вы можете сказать покупателю, что существует четыре причины, почему ему может быть интересно приобрести эти книги:

- а. Легко ориентироваться, содержит сотни полезных рубрик.
- б. Очень полезна тем, что рассказывает, как предупредить болезнь, и объясняет, что делать, когда болезнь наступила или произошел несчастный случай, или что предпринять во время ожидания врача, особенно в случае возникновения чрезвычайной ситуации.
- в. Качественная печать. Хорошо подобранные иллюстрации.
- г. Это особая книга, и хотелось бы продать ее именно вам.

Конечно, важно объяснить эти пункты подробней. Люди должны понимать последовательность и продуманность этих утверждений. Они будут готовы следовать вашей мысли, после того как вы закончите объяснять первый пункт и будут знать какую цель вы преследуете. Но, для того, чтобы представить хорошую презентацию, вам нужно подготовить хорошую презентацию.

6. Приведите рекомендации других людей или опыты продаж



Люди заинтересованы в том, что другие говорят и думают. На них влияют рекомендации других людей, особенно, если они их знают. Иногда литературный евангелист может получить благодарственное письмо или отзыв от довольного клиента и показать его другим покупателям.

Литературный евангелист может также рассказать о том, кому он продал эту книгу, стараясь избежать преувеличений – будьте всегда честны.

Пример:

«Возможно вы знакомы с Тамарой Андреевной? Она сказала мне насколько полезной оказалась для нее эта книга. Вот ее слова: «Библия стала для меня совершенно новой и понятной книгой с тех пор, как я прочитала вашу книгу. Она помогла мне лучше понимать написанное в Библии».

7. Покажите, как пользоваться книгой.

Ваш покупатель хочет знать как он может использовать книгу на практике. Если это медицинская литература, то можете поступить следующим образом:

а. Покажите содержание. Если, к примеру, покупатель страдает от ревматизма, покажите ему, как найти страницу, где написано, как бороться с этим недугом.

б. После того, как вы нашли нужный отрывок скажите: «Вот здесь вы можете прочитать все практические рекомендации относительно вашей ситуации».

Вы можете даже упомянуть один из советов, но убедитесь, что покупатель жаждет получить больше информации. Никогда не объясняйте ему все подробно.

8. Умение преодолеть возражения

Чему лучше презентация, тем меньше возражений. Более того, возражения можно предотвратить. Если некоторые возражения возникают практически автоматически, попробуйте отвести их до того, как они возникнут. Профилактика лучше, чем лечение.

Пример: Вы продаете духовную литературу. У вашего покупателя может возникнуть следующее возражение: «У нас есть Библия, и нам этого достаточно».

Но опытный литературный евангелист сможет опровергнуть это возражение еще до того, как оно будет сказано: «Эта замечательная книга не сможет заменить вам Библию, но с ее помощью вы будете лучше понимать и ценить Библию» и вы сможете быстро перейти к следующему пункту (в уроке № 4 вы найдете более подробную информацию о том, как отвечать на возникающие возражения).

9. Будьте кратки

Мы живем в космическую эру. У людей очень мало времени. Длинная презентация вызовет раздражение или будет прервана (телефонным звонком, гостями, детьми и др.).



Самые лучшие литературные евангелисты приписывают большую часть своего успеха краткости своих презентаций. Но каждое предложение должно быть сказано к месту.

Доводы в пользу покупки должны сменять друг друга без бесполезных вставок. Если, к примеру, вас прервал телефонный звонок, который отвлек внимание вашего покупателя, постарайтесь вернуть его к теме разговора сразу же после того, как он повесит трубку, взяв на себя инициативу начать первым.

10. Будьте искренни

Тон вашего голоса и ваш взгляд должны говорить: «Это правда». Если вы верите в то, что говорите, то ваши слова будут иметь больший вес. Не преувеличивайте и не говорите того, чего не было.

11. Сделайте презентацию личной

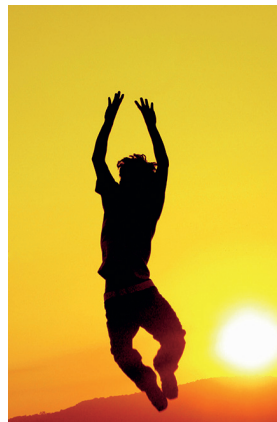
Не проповедуйте людям, но обращайтесь к ним лично. Людям нравится, когда к ним обращаются по имени. Назовите их имя четыре или пять раз во время презентации, особенно когда вы задаете вопрос.

Пример: «Вы ведь знаете, Екатерина Андреевна, что лучше, предотвратить болезнь, чем лечить ее?»

Это придаст вашей презентации личный характер, поможет стать ближе покупателю и привлечет его внимание.

12. Будьте страстно увлечены

Эмерсон однажды сказал: «Не будучи ничем увлечен, человек похож на статую». Ничто из хорошего, великого или нетленного, что есть в мире, не появилось бы без увлеченности. Без увлеченности даже самые великие достижения мало что значат.



16. Что из нижеприведенного НЕ ЯВЛЯЕТСЯ частью идеальной презентации?

Вариант 1: Показать, как пользоваться книгой

Вариант 2: Задавать подходящие вопросы

Вариант 3: Рассказать об объемах продаж, привести цифры

Вариант 4: Быть увлеченным

Вариант 5: Говорить отчетливо

Вариант 6: Предугадывать возражения



17. Сколько основных вопросов должно быть освещено в вашей презентации?

Вариант 1: 1

Вариант 2: 2

Вариант 3: 3

Вариант 4: 4

Вариант 5: 5

18. Когда вы показываете покупателю, как пользоваться книгой, «вы можете даже упомянуть один из приведенных советов, но пусть покупатель _____. Никогда не объясняйте ему все подробно».

Вариант 1: Проглотит наживку

Вариант 2: Алчет большего

Вариант 3: Жаждет большего

19. Как мы можем проявлять увлеченность в работе литературного евангелизма?

Прежде всего через тщательную подготовку, через постановку цели и стремление достичь ее. Полностью посвящая себя выполнению нашей задачи. Это должно стать неотъемлемой частью нашей жизни.

Подобная увлеченность, рожденная из глубокого убеждения в ценности наших книг, притягательна как магнит.

Это будет привлекать внимание, содействовать продажам и привлекать людей на сторону Господа.

20. Как мы можем поддерживать высокую степень увлеченности?

а. Поддерживая себя в совершенном духовном, умственном и физическом состоянии.

Чтобы проявлять духовную увлеченность к служению, мы должны каждый день пить из источника живой воды и по вере и молитве у нас будет жизнь в избытке. Через изучение Божьего Слова, разум литературного евангелиста получает знание и понимание. Духовное восприятие будет становиться все более чутким и принесет подлинный мир и твердую уверенность.



б. Чтобы возвращать свою увлеченность, литературный евангелист должен также **заботиться о своем теле. Увлеченность требует энергии, поэтому литературный евангелист должен правильно питаться и обязательно своевременно отдыхать.**

в. Увлеченность развивается с практикой. **Нужно верить в успех, думать о нем, разговаривать с членами семьи и с теми, с кем мы налаживаем контакт. Мы находимся под влиянием наших мыслей и действий.**

г. Один из самых мощных способов развивать увлеченность – убежденность в том, что небесные ангелы находятся на нашей стороне, работают с нами и Господом в деле спасения душ.

Иисус сказал: **«И се, Я с вами во все дни до скончания века» (Мф. 28:20)**

21. Что касается «ценности наших книг», откуда рождается наша увлеченность? Благодаря:

Вариант 1: тщательной подготовке

Вариант 2: поставленной цели

Вариант 3: глубокому убеждению

22. Какой из способов укрепить увлеченность является самым действенным?

Вариант 1: Правильное питание и своевременный отдых

Вариант 2: Углубление знания и понимания

Вариант 3: Быть духовно увлеченным

Вариант 4: Знать, что ангелы работают с нами

Вариант 5: Практиковаться

Поздравляем!

Вы завершили Урок 7!

«Мое видение, чтобы служение из дома в дом продолжалось, и было основной частью программы Отдела Издательского Служения.

Члены нашей церкви по всему миру объединятся в распространении миссионерской книги года.» (Тэд Вильсон, президент Генеральной Конференции АСД, 2012 г.)



Принеси надежду в каждый дом

Принеси надежду в каждый дом
Свет любви от Господа неси...
О борьбе великой расскажи
О святилище, в котором и сейчас
Иисус Ходатай за всех нас
Расскажи всем людям ты о том,
Что Иисус пролил святую Кровь,
Что Отец так возлюбил всех нас,
Создал план спасенья Он для нас,
Чтоб спасенье каждый получил,
Проповедуйте Евангелие всем.
Уповаю на Тебя Господь,
Смело мы всегда вперед идем

*Зарема Кулиева
Г. Хасавюрт, 2013*



Отдел издательского служения Евро-Азиатского дивизиона

publishing.adventist.ru

pm.adventist.ru@gmail.com