ПОДОБНО МОГУЧЕЙ АРМИИ

Урок 10

Добро пожаловать на десятый урок!

1 часть — Чтение Библии

Прочитайте и изучите следующие тексты из Библии: 4 Цар. 13:14-20; Лк. 1; Ин. 1; Мф. 3. Вы, как литературный евангелист, должны мыслить широко, планировать по-крупному и ожидать многого! Незачем оставлять Богу свою работу и ждать, что Он сделает ее за вас. Согласно Духу Пророчества, наши публикации должны распространяться по всему миру и делать такую же работу, как в свое время совершал Иоанн Креститель. Тем не менее, вы, ЛЕ, как никто другой должны больше приобщаться к жизни и служению Иоанна Крестителя.

1. Основываясь на истории, записанной в 4 Цар. 13:14-20, выберите, что произойдет, если мы ожидаем малого?

Вариант 1: Значительно много

Вариант 2: Немного

Вариант 3: Что-то достаточно веское

2. В каком «духе и силе» работал Иоанн Креститель, согласно словам, которые были сказаны о нем еще до рождения?

Вараинт *1:* Ионы

Вариант *2:* Иоанна Крестителя

Вариант *3:* Илии

Вариант *4:* Моисея

Вариант *5:* Елисея

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

Прочитайте и внимательно изучите 21-ю и 22-ю главы книги «Вестники надежды». В этих главах есть дополнительная информация, касающаяся специфики книг, которые вам следует продавать. Поддерживайте должное равновесие и имейте надлежащее разнообразие. Обращайте внимание на советы, которые даются в книге, и с мудростью применяйте их на практике. Берите пример с тех сотрудников, которые накопили успешный опыт в этом служении.

3. Очень важно распространять литературу по здоровью, потому что:

А). Люди должны задуматься о принципах, указывающих на реформу здоровья

Б). Люди должны начать думать

В). Нужно доходчиво объяснить людям, почему так важно воздержание

Вариант *1:* А и Б

Вариант *2:* А и В

Вариант *3:* Б и В

Вариант *4:* А, Б, В

4. Большое количество предубеждений, которые мешают людям принимать истину, могут быть устранены, благодаря чтению книг о здоровье.

Вариант 1: Верно

Вариант 2: Неверно

5. Расположения каких людей мы можем добиться через книги о здоровье?

Вариант 1: Тех, кто верит в Бога и провозглашает истину

Вариант 2: Тех, кого нам никогда не достичь никаким другим способом

Вариант 3: Только тех мужчин и женщин, которые с удовольствием примут книги

6. Почему литературному евангелисту необходимо распространять брошюры и буклеты?

А). Чтобы дарить их людям, у которых нет возможности купить книгу

Б). Потому что они намного важнее, чем книги

В). Они не очень объемные, мало весят, что открывает возможность для более массового распространения

Г). Потому что таким образом многие люди могут познакомиться с истиной

Д). Некоторые люди извлекут из них больше пользы, нежели из книг

Вариант 1: А, Б, В, Г

Вариант 2: А, Б, Г, Д

Вариант 3: А, В, Г, Д

Вариант 4: Б, В, Г, Д

3 часть — Изучение дополнительного материала по литературному благовестию

7. В чем важность хорошего результата продаж?

В завершении вашего посещения дома, нужно подвести потенциального покупателя к решению приобрести книгу, причем продажа должна быть совершена самым лучшим и удачным путем. Если в этот момент литературный евангелист оказался слаб или неопытен, то все его предыдущие усилия сведутся к нулю, поэтому литературному евангелисту необходимо обладать особыми навыками в области продаж.

8. Какие из приведенных факторов являются наиболее важными для реализации продаж?

- Личное позитивное влияние литературного евангелиста. Если он знает, как приобрести гарантированных покупателей и убедить их в том, что они обязательно получат пользу от покупки, удача будет на его стороне.
- Хорошая презентация книг.
- Сама книга: заголовок, автор, тема, реклама издательства, обложка и т. д.
- Покупательная способность потенциального покупателя и финансовая ответственность.

9. Что должно быть представлено потенциальному покупателю?

Польза и все преимущества книги, которые значительно сгладят издержки: защита, знание, здоровье, спасение, душевный мир, редкое издание книги и т. д. Когда шкала преимуществ перевесит, вопрос цены отойдет на второй план.

10. Сколько важных факторов было приведено для реализации успешной продажи?

Вариант 1: только 1

Вариант 2: 7

Вариант 3: 4

11. В какой момент должен быть сделан заказ?

Когда интерес покупателя достиг максимальной точки – это самое лучшее время для принятия решения. До этого – слишком рано, после – слишком поздно.

12. Как я могу узнать, что клиент готов к покупке?

Выражаясь образным языком, вы можете узнать о готовности клиента купить у вас книгу, измерив его температуру. Существуют определенные знаки, которые говорят о том, что настал финальный момент. Эти знаки называют сигналами продаж. Благодаря им, вы понимаете, что температура покупателя подошла к пиковой точке. Наблюдайте за реакцией клиентов. Задавайте им вопросы. Если их температура все еще низкая, продолжайте приводить другие аргументы и называть преимущества товара. Так понемногу покупатель придет к убеждению, что предлагаемая ему книга как раз то, что ему нужно для решения определенных проблем. Возможно, покупатели станут задавать вам вопросы относительно книги или выдвинут серьезное возражение против нее, а может быть, спросят о цене. Подобных сигналов продаж очень много. Литературный евангелист должен обладать тактичностью и применять в своей работе творческое мастерство, чтобы уметь удовлетворительно отвечать на вопросы клиента. Но всегда рассчитывайте на влияние Святого Духа!

13. 5 шагов, которые ведут к покупке.

- Покупатель проявляет внимание к поднятой проблеме.
- Покупатель проявляет интерес к книге, которая сумеет решить его проблему.
- Покупатель желает иметь книгу, которая поможет в решении поднятой проблемы.
- Покупатель убежден, что книга послужит ему и прояснит поднятую проблему.
- Решение приобрести книгу. При нормальной презентации книги самое лучшее завершение, это - избегать долгих, затяжных обсуждений, но в нужный момент спросить о заказе, с большой долей такта.

14. Мы не может знать, готов ли человек к покупке, но мы задаем ему вопросы.

Вариант 1: Неверно

Вариант 2: Верно

15. Какие доводы в пользу приобретения рекламируемого вами товара вы можете привести?

Это такое доказательство, приводимое продавцом, которое убедит клиента приобрести вещь. Аргумент в пользу вашего предложения. В некотором смысле литературный евангелист – это адвокат, который приводит доказательства своему товару и показывает его. Покупатель должен оценить эти доводы и принять решение. Но перед тем, как спросить о решении, будет лучше, если литературный евангелист вкратце сформулирует основные преимущества книги и снова скажет о её пользе.

1. Почему так важно после презентации книги еще раз подвести итог и кратко сформулировать основные её преимущества?

Товар, который вы рекламируете, является новым для покупателя. Если знакомство с ним пройдет очень быстро, клиент также быстро о нем забудет. Обобщая все выше сказанное, можно сказать, что слова, которые вы скажете последними, человек запомнит лучше всего. Первые доводы, приводимые в пользу приобретения товара, могут оказаться неясными и бессмысленными, поэтому лучшее, что вы можете сделать, это

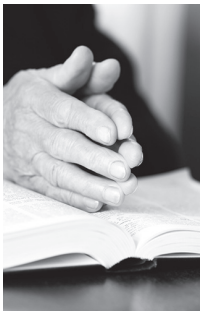
повторить покупателю в нескольких словах или посредством иллюстраций самые главные преимущества, о которых вы говорили вначале. На это у вас должно уходить 30 секунд. Сделайте акцент на пользе книги и спросите, согласен ли человек с этим, а затем предложите ему сделать заказ.

16. Как должен вести себя литературный евангелист в момент принятия решения покупателем?

Литературный евангелист должен быть спокойным, уверенным, смелым и полным надежды. Он должен вести себя и говорить, рассчитывая на успех. Он должен создавать о себе положительное впечатление, а его душа должна возноситься в безмолвной молитве к Господу. Литературный евангелист должен верить, что Господь и сила Святого Духа работают с сердцем покупателя в этот жизненно важный момент. Для многих людей этот момент решения – выбор жизни или смерти.

Когда дело подошло к заказу товара, литературный евангелист должен держаться очень серьезно. В этот решающий, очень важный момент он должен избегать всяких шуток и ухмылок, ведь человек очень близок к небесам, но победа за него еще не одержана. Литературный евангелист должен мысленно молиться. Кто знает, какой результат принесет его решение? В этот момент Святой Дух действует в человеческом сердце. Божественное вмешательство – это то, что вам более всего необходимо. Поэтому ваша молитва очень важна.

17. Когда в разговоре с покупателем литературный евангелист подходит к тому, чтобы спросить его о приобретении книг, как он должен вести себя?



А). Позитивно

Б). Спокойно

В). Мысленно молиться

Г). Уверенно

Д). Смело

Вариант 1: А, Б, В

Вариант 2: Б, В, Г

Вариант 3: В, Г, Д

Вариант 4: А, Б, В, Г, Д

18. Как и когда следует говорить о вопросе цены?

Спокойно и естественно, почти в самом конце презентации, но цена никогда не должна быть вашим последним словом.

Некоторые покупатели не решаются задать вопрос о стоимости книги, тем самым все же проявляя к ней интерес. Другие сначала спрашивают о цене. Это ловушка, в которую литературный евангелист никогда не должен попадать. Человек, который не знает содержание книги, не может по-настоящему оценить ее, поэтому реакция клиента на цену часто будет негативной.

Вместо того чтобы назвать цену, литературный евангелист может сказать: «Стоимость книги ничто по сравнению с пользой, которую вы приобретете от нее. Я конечно назову вам сейчас цену».

В этом случае нужно продолжить презентацию книги, но немного сократить ее. Преимущества книги следует называть до объявления цены.

19. В чем ценность наших изданий?

«Мы должны нести людям наши издания и убеждать принять их, показывая, что благодаря им, они приобретут гораздо больше, чем деньги. Достойно оценивайте книги, которые вы предлагаете! Вы не сможете их переоценить!» (Издательское служение, с. 85).

20. Почему людям не стоит опасаться тратить деньги на книги?

Потому что всех богатств мира не хватит, чтобы оплатить их реальную стоимость. Люди часто тратят деньги на вещи, многие из которых бесполезны или даже плохи. Весть, записанная в наших книгах, стоит колоссально много. И даже если кому-то придется занять денег, чтобы купить книги, это будет стоить того.

Пастор Спайсер В. А.,бывший президент Генеральной Конференции, однажды сказал:

«Предлагая людям, даже бедным, купить наши книги, мы приносим им самое лучшее, что есть в мире. Наши литературные евангелисты являются не только продавцами, они посланники, призванные Богом нести весть, которая своей значимостью, в разы превышает стоимость золота или серебра. Мы не должны оставаться в стороне, напротив, нам нужно активно нести весть, предназначенную для людей нашего поколения. Это самое великое, чем мы можем заниматься!»

21. Почему полезно сравнивать цены?

После того, как вы озвучили цену какой-либо дорогой и стоящей книги или пособия (энциклопедии, медицинской книги и т. д.), человек может сказать, что по сравнению с другими ценами наши книги стоят очень дешево. Услышав сначала высокие цены, а потом наши цены, которые намного ниже, покупатель решит, что наш товар взять разумней. Цена должна быть минимальной, а польза будет для человека и его семьи максимальной.

22. Почему важно составлять список покупателей?

Люди легко поддаются влиянию других людей. Когда они видят длинный список с именами клиентов, они хотят, чтобы и их имя ассоциировалось с успехом. «Ничего так не приносит успех, как сам успех».

23. Как можно содействовать принятию решения?

Побуждайте покупателя сказать одобрительное «да!» во время презентации книги. Тогда ему будет намного легче сказать «да» в конце.

Пример:

Не очень хорошо задавать вопросы следующего характера:

«Вы хотели бы, чтоб у вас были эти книги?»

«Не могли бы вы поставить здесь свою подпись?»

Подобные вопросы толкают покупателя на ответ «нет!».

Будет гораздо лучше, если вы скажете:

«Вы хотите получить этот замечательный набор книг в следующем месяце или прямо сейчас, как делают большинство наших покупателей?»

Или:

«Вы предпочитаете иметь эту книгу в мягкой или твердой обложке?»

Давайте людям возможность выбора, от которого будет зависеть продажа. Всегда используйте в своей работе метод выбора. Никогда не бойтесь задавать вопросы, но осведомляйтесь о чем-либо деликатно, вежливо. Дайте людям выбрать из двух положительных предложений.

24. Используя в своей работе метод выбора, вы упрощаете решение покупателя, потому что какое бы решение он ни сделал, оно в любом случае приведет к продаже.

Вариант 1: Верно

Вариант 2: Неверно

25. Что такое возражение?

Часто существует такой предлог, из-за которого покупатель пытается избежать покупки. Это также может быть знаком, что он еще не до конца осведомлен о ценности книги, или знаком того, что он что-то неправильно понял. Поэтому не смущайтесь, когда человек начинает возражать.

26. Какие возражения нужно принимать во внимание?

- Возражение-извинение, которое служит знаком литературному евангелисту о том, что нужно вежливо удалиться.
- Серьезное возражение, которое действительно вызвано той или иной сложностью со стороны клиента. Эти возражения вызовут желание у литературного евангелиста помочь покупателю решить его проблему.

27. Что делать с возражениями?

Пусть возражения станут вашими друзьями, а не врагами. У опытного литературного евангелиста всегда найдется ответ на любой вопрос. Он будет тактично разговаривать, не обескураживая человека.

В принципе, для начала нужно согласиться с клиентом, затем ответить на возражение, и, если возможно, преобразовать возражение в аргумент, ради которого хочется купить товар, после чего приступить к презентации или привести дополнительные доказательства.

Извинения-возражения могут быть следующими: «Я подумаю об этом», «Зайдите в другой раз», «Дайте мне свою визитку. Я перезвоню вам», «У меня нет времени для чтения». За этими возражениями скрывается другая причина – это нежелание человека покупать товар. Чтобы убедиться, что причина именно в этом, можно задать такие вопросы: «Что еще удерживает Вас от приобретения этой книги?» Некоторые литературные евангелисты просто игнорируют эти возражения и продолжают рекламировать книги.

Серьезное возражение заслуживает внимания. Несмотря ни на что, литературный евангелист должен оставаться спокойным и искать решение проблемы. Опытный литературный евангелист начинает перебирать в голове содержание книг, которые он предлагает, чтобы быть готовым соответственным способом обойти возражение. Тот

факт, что литературный евангелист приводит ответы из книг, дает покупателю уверенность. Серьезное возражение никогда нельзя оставлять без ответа.

Можете упомянуть из своего опыта о других покупателях, которые, находясь в такой же ситуации, нашли решение.

Пример:

Жена возражает: «Я не покупаю ничего без мужа!» Ответ литературного евангелиста: «Насколько я понимаю, вы очень дружная пара. Но эта книга представляет интерес в частности для женщин – воспитание детей. Благодаря этой книге, вы обретете инструмент для работы, ведь у вашего мужа тоже есть свои инструменты для выполнения той или иной работы. Вот список ваших соседей, домохозяек, которые купили книгу, она стоит не так дорого, и многие женщины всегда имеют в наличии данную сумму денег».

Если вам не удается уговорить жену, следует зайти вечером, когда муж будет дома. Некоторые литературные евангелисты увеличили свои продажи в два раза, работая по вечерам.

28. Как должен вести себя литературный евангелист, когда человек все же не сделал покупку?

Опытный литературный евангелист никогда не обольщается, независимо от того, сделал клиент заказ или отказался от покупки. Если такой литературный евангелист упустил продажу, он никогда не станет разочаровываться, как это часто делают новички. Он воспримет это положительно и спокойно, не перестав надеяться. Он знают, что, согласно закону средних чисел, он все равно получит достаточную компенсацию. Литературный евангелист всегда ведет себя вежливо и с улыбкой уходит.

29. Может ли успех быть достигнут работой?

Успех никогда не грозит литературному евангелисту, который продолжает сидеть в кресле. Он может много знать, но для того, чтобы стать успешным, ему нужно усердно трудиться, с настойчивостью и посвящением. Если он делает свою работу добросовестно, Бог сделает Свою. «Молитесь и трудитесь, трудитесь и молитесь, и Господь будет работать с вами» (Вестники надежды, с. 81).

Работник, который мудро распоряжается своим временем, будет намного счастливее и полезней. Он познакомится с большим количеством людей, продаст больше книг, и завоюет больше душ. Господь говорит: «Идите работайте» (Мф. 21:28), и, если литературный евангелист «идет» вскоре и «работает» усердно, путь для него будет открыт и успех будет обеспечен. Литературный евангелист никогда не будет удовлетворен тем, что он сделал, но всегда будет стремиться улучшить результаты работы и делать все возможное со своей стороны.

30. Почему быть литературным евангелистом – это большое преимущество?

Потому что литературный евангелист – это работник Бога, он вместе с Богом совершает священную работу, работу, благодаря которой он рассказывает мужчинам и женщинам, мальчикам и девочкам удивительную историю спасения. А потому они, в свою очередь, могут быть уверены в Божьих благословениях, которые обеспечивают мир и радость в их сердцах и домах.

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

Прочитайте 23-ю и 24-ю главы книги «Вестники надежды», в которых говорится о том, какое влияние оказывают журналы. Берите с собой журналы, когда заходите в дома людей. В последней главе вы найдете удивительные обетования относительно огромного влияния, которое оказывает литературный евангелизм. Оно больше, чем мы можем себе представить. Всегда имейте в своем служении видение, несмотря ни на что.

31. Что из перечисленного, не советует делать Дух пророчества литературному евангелисту относительно использования в работе периодических изданий?

Вариант 1: Слово Божье может быть проповедано, благодаря мудрому использованию периодических изданий.

Вариант 2: Сначала следует продавать периодические издания, а уже потом толстые книги, содержащие весть нашей церкви.

Вариант 3: Если возможно, подписывать людей на ежегодную рассылку периодики.

32. Как, по вашему мнению, мы можем удвоить или утроить «знание о настоящей истине»?

Вариант 1: Если мы с верой совершаем часть своего служения, как литературного евангелиста.

Вариант 2: Если будет печататься больше книг и журналов.

Вариант 3: Если активный проповедник объединит свои усилия с трудами печатного станка.

33. Почему нам не стоит отчаиваться, если мы вдруг узнаем, что люди не читают наши книги сразу? Потому что:

Вариант 1: Время придет

Вариант 2: Время может прийти

Вариант 3: Должно прийти время

34. Что говорится относительно убеждений многих, среди которых «больше тысячи» обратятся в один день?

«_____ из которых отбросят свои первые предрассудки и обратятся к нашим книгам».

Вариант 1: Некоторые

Вариант 2: Большинство

Вариант 3: Немногие

Вариант 4: Многие

35. С каким убеждением литературный евангелист будет нести весть?

Вариант *1:* С глубоким

Вариант *2:* С высоким

Вариант *3:* С прямым

Вариант *4:* С полным

«ПОДОБНО МОГУЩЕСТВЕННОЙ АРМИИ»

Обзор христианских продаж

В этой главе с помощью обзора описано то, что вы изучили из области христианских продаж. Вам нужно держать эту информацию в голове, как свое второе «Я», и это можно сравнить с вождением автомобиля. Сидя за рулем, многие водители едут почти на автомате, в то время как само вождение не может стать автоматическим действием, ведь из-за этого вы можете попасть в серьезное автодорожное происшествие. Вы должны обращать внимание на транспорт и на дорожные знаки.

Точно так же обстоят дела и с христианскими продажами. Определенные действия должны стать вашим вторым «Я», но вам нужно наблюдать за своим покупателем и обращать внимание на определенные знаки, которые показывает покупатель. Это поможет вам успешно провести презентацию книг.

I ЭТАП – ПОДГОТОВКА

1. Духовная
   - Молитва
   - Библия
   - Книга «Вестники надежды»
   - Семейные служения
   - Отношения в церкви
2. Умственная
   - Знать свои книги
   - Знать своего покупателя
   - Знать своё служение
3. Физическая
   - Одежда
   - Гигиена
   - Диета
   - Отдых
4. Техническая
   - Сумка (портфель, сумка)
   - Карандаш, авторучка
   - Блокнот для записей
   - Каталог книг
   - Бланки заказа
   - Деньги для сдачи
   - Формы заказа на случай, если человек хочет рассчитаться кредитной карточкой

А. Составляйте ежедневный план

Нужно так поделить 24 часа, чтобы совмещать активную деятельность с умственной.

Б. Организация территории

Поделите территории на участки, учитывая экономический и культурный аспекты.

В. Спрашивайте у покупателя следующую информацию:

- ФИО
- Адрес
- Профессия
- Семейное положение
- Дети
- Вероисповедание

Источники информации:

- Телефонные книги
- Газеты
- Бизнес-справочники
- Интернет
- Друзья
- Родственники
- Ваши покупатели
- Наблюдения вокруг дома

Будьте готовы, и успех вам обеспечен:

- Идите уверенно
- Стучите в дверь радостно. Звоните не больше 3 раз
- Отходите на один шаг назад после того, как постучали в дверь
- Приветствуйте человека соответствующим образом
- Представьтесь с искренней улыбкой на лице
- Будьте дружелюбным и естественным
- Используйте в речи и движениях моменты, которые позволят вам войти в дом
- Продвигайтесь вперед
- Зайдите в дом, если этому ничего не препятствует

II ЭТАП - ВСТУПЛЕНИЕ

Это часть, когда вы создаете у своего потенциального покупателя интерес к товару. Таким образом, вы строите мост между вами и покупателем.

Будьте честны. Говорите правду о подлинном товаре, которым и являются ваши книги.

5. Будьте учтивы и вежливы. Вы делаете другом незнакомого человека.

6. Наблюдайте за покупателем и за тем, что происходит вокруг вас. Но не создавайте видимости, что вы что-то разглядываете.

7. Вставляйте приятные комплименты и постарайтесь, чтоб они были искренними.

8. Покажите заинтересованность в своем клиенте. Ваш приход выгоден прежде

всего покупателю, не вам.

9. Привыкайте к обстановке.
10. Наберитесь терпения и избавьтесь от всяческих предубеждений.
11. Будьте внимательны.
12. Говорите об общем, но настоящая проблема описана в вашей книге, в ней же есть и способ решения этой проблемы.
13. Задавайте наводящие вопросы.
14. Вы на пути к раскрытию мыслей вашего покупателя, поэтому не показывайте книгу, пока не построите атмосферу доверия.
15. Когда мысль клиента станет ясна, начинайте показывать книги.
16. Всегда будьте готовы выслушать человека. От вас не ожидается только односторонний монолог.

III ЭТАП – ПРЕЗЕНТАЦИЯ КНИГ

А. Убедитесь перед тем, как демонстрировать книги, что человек получил ответы на следующие вопросы:

1. Что это? (Цель предлагаемого товара)
2. Почему мне стоит купить ее? (Выгода от покупки товара)
3. Как мне пользоваться книгой, когда я куплю ее? (Применимость: информация, польза и практическое применение)

- Назовите преимущества книги.
- Общайтесь с клиентом (пусть клиент положительно реагирует на вас).
- Говорите, приводя примеры. Обогатите вашу речь.
- Не говорите только о книге, но говорите из книги. Люди должны быть удивлены не тем, что знаете вы, а тем, что написано в книге.

Б. То, что вы должны знать о книге:

1. Название, четко проговаривайте его.
2. Имя автора, расскажите немного о нем.
3. Количество глав в книге или историй.
4. Количество страниц.
5. Количество цветных вкладок.
6. Количество черно-белых страниц.
7. Особенно важные главы или истории.
8. Сколько вопросов поднимается в книге, и на какие из них даны ответы.
9. Другие особенности книги (к примеру, индекс книги и как его использовать.)
10. Качество изготовления книги, особенно это касается переплета.

В. Почему вам нужно запоминать то, о чем вы беседуете с клиентом?

1. Благодаря этому вы знаете, с чего начать и чем закончить.
2. Это позволит вам логично построить разговор.
3. Ваш язык будет прост и эффективен.

4. Это даст вам основание, от которого вы можете отталкиваться.

5. Вы избежите неправильных утверждений.

6. Это даст вам уверенность и спокойствие. Потому что вы знаете, что сказать.

7. Вы экономите свое время и силы, потому что, если вы не знаете, что сказать, вы говорите много и долго, не проговаривая при этом главное.

8. Избежать замешательства в разговоре.

9. Это сберегает время покупателя. Большинство людей в наше время находятся в постоянной спешке.

10. В процессе вашего разговора вы можете наблюдать за покупателем и его реакцией.

Г. 12 правил хорошей презентации:

1. Пригласите всех членов семьи, если они дома, и только тогда начинайте презентацию.
2. Держите книгу правильно, для того чтобы она была хорошо видна всем.
3. Выражайтесь четко, чтобы вас понимали.
4. Задавайте вопросы. Это вызывает ответную реакцию.
5. Придерживайтесь плана своей презентации.
6. Цитируйте из книги рекомендации и опыты.
7. Показывайте, как пользоваться книгой.
8. Отвечайте на определенные возражения до того, как они будут высказаны.
9. Будьте кратки, вы не проповедник.
10. Будьте искренним, не переоценивайте себя.
11. Сделайте свою презентацию личной.
12. Говорите с энтузиазмом, горите как для Господа.

Д. Помните, почему люди покупают. Они это делают для того, чтобы:

1. Быть защищенным
2. Получить выгоду,пользу
3. Их привлекает образование или знания
4. Узнать об окружающей среде и развлечься
5. Подарить близким и любимым

Наши книги очень хорошо соответствуют всем этим пяти параметрам. Они обеспечивают защиту, приносят выгоду, благодаря им человек самообразовывается и узнает что-то новое. Они могут быть использованы, чтобы с пользой заполнить свободное время, и они очень подходят для подарка близким и любимым.

Будьте благоразумны, используя эти пять пунктов, особенно, когда рекламируете книги и заканчиваете разговор с клиентом.

36. Один из мотивов, почему люди покупают книги, это удовольствие и развлечение.

Вариант 1: Верно

Вариант 2: Неверно

IV – КОНЕЦ ВАШЕЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Следующие правила помогут вам успешно завершить презентацию.

Прочитайте их, учитывая информацию, которую вы узнали из этого урока и урока № 9.

1. Знайте веские причины для покупки книги и активно говорите о них.
2. Повторите или сделайте акцент на главных моментах.
3. Извлеките выгоду для покупателя.
4. Наблюдайте за сигналами, подсказывающими, что человек склонен к покупке, это можно сравнить с тем, что вы едете по дороге и обращаете внимание на дорожные знаки.
5. Закончите свою презентацию в самый благоприятный момент, когда вы почувствуете, что интерес к товару достаточно высок, даже если вы не сказали все, что планировали или хотели.
6. Сделайте так, чтобы, говоря о выгодах, цена в глазах покупателя оказалась наименьшей.
7. Сравните цену с чем-нибудь еще.
8. Будьте готовы воспользоваться запасными (дополнительными) преимуществами товара. Запасные преимущества – это такие знания и информация, которые вы можете предоставить о книге помимо тех, которые вы уже упомянули в разговоре.
9. В заключение вашей встречи пользуйтесь методом альтернатив. Пусть ваш покупатель выберет одно из предложенных вами двух или более положительных предложений.
10. Говорите об успехе.
11. Рассчитывайте на успех.
12. Молитесь об успехе.
13. Принимайте заказ в доброжелательно-деловом стиле.
14. После того, как покупатель сделал заказ, зачитайте его вслух, а затем попросите подписать бланк заказа.
15. Выразите благодарность своему потенциальному клиенту перед уходом, неважно, заказал у вас человек книги или нет.
16. Несмотря на все сложные обстоятельства, которые могут у вас возникнуть, поторопитесь доставить товар вовремя (если вы приняли заказ).

Если возможно:

- Скажите в конце какое-нибудь духовное пожелание.
- Помолитесь с покупателем.
- Постарайтесь внести его в список людей, проходящих уроки по изучению Библии (в случае оплаты заказа наличными или доставки книги, т. е. в случае веской причины).

- Попытайтесь получить больше информации о соседях.
- Спросите имена и адреса друзей или родственников, которым может быть интересен ваш товар.
- С уважением попрощайтесь с покупателем.

В заключение данного урока хотелось бы, чтобы вы всегда обращали внимание на следующие пункты:

1. Пристально проверяйте свою внешность каждый день.
2. Пусть ваше поведение соответствует хорошим манерам.
3. Будьте настроены позитивно, улыбайтесь искренно.
4. Будьте наблюдательны, когда вы знакомитесь с людьми. Запоминайте то, что вы видите, это может вам понадобиться позже.
5. Будьте скромны и терпеливы. Помогайте людям.
6. Если вам придется сказать что-либо о других, говорите хорошее или промолчите.
7. Покажите искренний интерес к проблемам других людей.
8. Не показывайте гордый дух, не тщеславьтесь.
9. Будьте осторожны, не выставляйте свои знания напоказ, это может обернуться против вас.
10. Ваша цель – не только предложить товар, поэтому учитесь слушать других.
11. Оставьте свои личные дела вне разговора продаж.
12. Не будьте саркастичным или немного раздраженным.
13. Избегайте споров. Вы можете в них победить, но потеряете клиента и деньги.
14. Будьте надежным. Люди должны быть уверены, что могут доверять вам и положиться на вас. На улицах много болтливых продавцов, вы же должны отличаться от них.
15. Помогайте, где вы можете это сделать.
16. Будьте уверены в людях, но не позволяйте людям пользоваться этим.
17. Знайте имя своего клиента и произносите его правильно, так как представился вам клиент.Выглядите здоровым. Это особенно важно, когда вы продаете литературу о здоровье.
18. Будьте тактичны при построении дружеских отношений, но помните: легче продать товар другу, чем незнакомцу.
19. Когда вы слушаете, проявите интерес к тому, что было сказано.
20. Любите людей искренно.
21. Разговаривайте и действуйте в интересах вашего клиента. Забудьте, о том, что вы получите от продажи.
22. Убедитесь, что клиент рад вашему визиту и чувствует себя в приподнятом настроении после вашего ухода.
23. Будьте искренни. Избегайте лести.
24. Будьте честны во всех своих делах с покупателями, Богом, церковью, семьей.

37. Как сделать так, чтобы цена стала минимальной для покупателя?

Вариант 1: Рассчитывать на успех

Вариант 2: Наблюдать за сигналами продаж

Вариант 3: Извлекать для покупателя выгоду

38. Выберите из предложенных ниже вариантов тот, который не является причиной для заучивания в разговоре с потенциальным покупателем?

Вариант 1: Благодаря этому вы знаете с чего начать и как закончить

Вариант 2: Это бережет ваше время

Вариант 3: Это бережет время вашего клиента

Вариант 4: Вы можете цитировать рекомендации и опыты

Вариант 5: Это дает вам основание, благодаря которому вы можете совершенствоваться

Поздравляем!!!

Вы завершили курс «Подобно могучей армии»!

Ты нужен им!

Где сатана браздами правит
Где только солнца тусклый свет
Где редкий житель Бога славит
И давит вражеский навет

Где всякий движим интересом шкурным
Где честность не в чести
И простота – порок,

Туда иди евангелист литературный
И миру передай любви Христа урок
Борись с грехом печатным словом
Предупреждай «Грядет конец»
Не бойся; под Христа покровом
И верь,- получишь свой венец!

Новосибирск 2013 г. май. Литературный евангелист Сибири

Отдел издательского служения Евро-Азиатского дивизиона
publishing.adventist.ru
pm.adventist.ru@gmail.com