

Мастер аргумента

Принципы
успешных
переговоров

Евгений
Жигилий



Оглавление

Введение. Принципы и правила	11
---	----

Часть первая — установочная

Глава 1. Возражение — естественная часть общения	19
Глава 2. Сравним возражение с жалобой и претензией	23
Глава 3. Как мы воспринимаем реальность	32
Глава 4. Как наши роли влияют на нас	35
Глава 5. Что мешает быть собой и поступать эффективно	39
Глава 6. Что такое манипуляция	51
Глава 7. Определим цель работы с возражениями	56
Глава 8. Чем различается общение в обиходе и в бизнесе	62
Глава 9. Какова первичная реакция на возражение	66
Глава 10. Уважение как самый мощный инструмент коммуникации	71
Глава 11. Возражение как часть переговоров	81
Глава 12. Активная и пассивная работа с возражениями	83
Глава 13. Первый активный инструмент: контекст «изобилия»	86
Глава 14. Второй активный инструмент: разведка	92
Глава 15. Третий активный инструмент: теплый контакт	96

Глава 16. Пять причин, почему возражение — это здорово	99
Глава 17. Зачем нужно знать семь тем возражений	104
Глава 18. Классифицируем возражения	112

Часть вторая. Освоим технологию

Глава 19. Первый шаг: «Принятие»	117
Глава 20. Второй шаг: «Прояснение»	134
Глава 21. Первый инструмент прояснения: «Уточнение»	143
Глава 22. Второй инструмент прояснения: «Изоляция»	159
Глава 23. Третий инструмент прояснения: «Обратная связь»	167
Глава 24. Еще один активный инструмент: «Обязательство»	186
Глава 25. «Закрытие» — инструмент продаж, переговоров и любой коммуникации.	193

Часть третья.

Создадим сильные аргументы

Глава 26. Что такое аргумент	215
Глава 27. Как общаться с компетентным клиентом	217
Глава 28. Компоненты, делающие аргумент сильным	229
Глава 29. Как быть по-настоящему уверенным.	234
Глава 30. Как попасть аргументом в цель	240
Глава 31. Как создаются факты.	245
Глава 32. Как работает общественное, экспертное и авторитетное мнение	259

Глава 33. Как сделать аргумент логичным, простым и понятным.	268
Глава 34. Как использовать наглядность.	278
Глава 35. В чем помогает собственный опыт.	284
Глава 36. Что такое метафора	288
Глава 37. Очевидное утверждение, поговорка, афоризм	306
Глава 38. Compliment как мощнейший инструмент	311
Глава 39. Рефрейминг и общность — как их использовать	326
Глава 40. Как эффективно использовать расчеты	340
Глава 41. Как отрабатывать «В другом месте дешевле». Принцип дельты.	351
Глава 42. Простая отработка отговорок и отказа	357

Заключение

Глава завершающая. Аргументация — это не торг	385
--	-----

Глава 1

Возражение — естественная часть общения

Как известно, у каждого на плечах своя голова. И не просто своя, а особенная: больше ни у кого такой нет. Особенная не столько внешними данными, сколько содержанием: в ней свои, особенные мысли, убеждения, установки, свое, особенное мировоззрение и свой, особенный опыт, зафиксированный в виде памяти.

То, что думает один человек, никогда не совпадет с тем, что думает другой. Даже когда люди говорят друг другу: «Я вас понял», их мысли не совпадают. Древнее китайское изречение гласит: «Всегда была, есть и будет пропасть между тем, что говорит один, и тем, что понимает другой».

Каждый из нас думает своей головой, использует собственные, а не чужие установки, и поэтому наши взгляды и решения чаще всего не совпадают. Именно по этой причине в общении двух людей обязательно возникает ситуация, когда каждый имеет свое, принципиально отличное от другого мнение, и тогда возникает конфликт — несовпадение точек зрения. В этот момент, как правило, рождается возражение. И это абсолютно нормально!

Возражение — это высказывание иной, отличной от вашей точки зрения. Возражение является естественной и неизбежной частью общения.

Итак, возражение — это не редкая, опасная или нестандартная ситуация, а естественная и закономерная часть общения. А раз так, то встает вопрос: нужно ли относиться к возражениям по-особенному, как к чему-то из ряда вон выходящему? Безусловно, нет! Но большинство людей не могут реагировать на возражения спокойно, и тому есть глубокие причины.

Многие авторы пишут о возражениях исключительно в рамках продаж. На первый взгляд это логично. Однако я хочу, чтобы вы рассматривали возражение как *естественную часть любого общения!*

Однажды я заметил, что в компании, где я на тот момент работал, продавцов отправляют на тренинги по продажам, но никогда не обучают переговорам. Тренинги по переговорам были доступны только менеджерам (руководителям отделов). Тогда я подумал, что это некая привилегия, как, например, корпоративный автомобиль, и счел это логичным: ведь менеджеры проводят важные встречи, а продавцы просто занимаются продажами. Только намного позже, когда я сам начал постоянно встречаться с клиентами, меня осенило: ведь я занимаюсь не чем иным, как переговорами! И вот тут-то я вспомнил о своем наблюдении и не на шутку задумался.

- Процесс продажи целиком состоит из общения с клиентом или, если смотреть шире, с человеком.
- Переговоры, как оказалось, тоже состоят из общения одного человека с другим.

- При продаже у тебя есть цель. Другими словами, тебе что-то нужно от клиента.
- При переговорах у тебя тоже есть цель: тебе тоже что-то нужно от оппонента.
- Потом я вспомнил математику: если $A = B$, а $B = B$, значит, $A = B$.
- В чем тогда разница? Почему существуют два разных тренинга?

Но никакой существенной разницы не было: и продажи, и переговоры оказались *общением с заранее поставленной целью!*

Но разве на этом общение заканчивается? Им наполнена вся наша жизнь! Клиентский сервис (или сервисное обслуживание) тоже сплошное общение. Разговор на лавочке у подъезда — общение; выезд на шашлыки, встреча с друзьями, поход в банк или в магазин тоже общение! Этот список можно продолжать бесконечно. И если возражение — это естественная, неотрывная часть общения, то как его запретить в какой-то отдельной области жизни? Как можно разрезать на кусочки само общение?

Человек — целостное существо, поэтому невозможно разграничить общение по категориям: только деловое или только личное. Порой вообще сложно определить, где заканчивается личная жизнь и начинается деловая. Различаются только темы бесед, а сам процесс общения и его инструменты неизменны. Чувства и эмоции, знания и навыки, способности мышления и типы реакций у нас одни для всех областей жизни, и мы одинаково пользуемся ими в быту и в бизнесе. Столь же схожи и результаты, которых мы добиваемся. Одни результаты нас устраивают, другие — нет. Если мы хотим

что-то изменить, то нужно осваивать новые инструменты и иногда делать не так, как раньше.

Принципы (как это работает)

- Возражение — это точка зрения, отличная от вашей. Возражение является естественной и неотрывной частью общения.
- Люди — социальные существа. Все, чего мы достигаем в жизни, нам удается благодаря общению с другими людьми.

Правила (как это сделать)

- Хочешь получать результаты лучше, чем прежде, — осваивай новые инструменты и меняй способ действия.

